



Plano de Branding Territorial para

# Inocência



## CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL DO SEBRAE/MS

Associação das Microempresas do Estado do Mato Grosso do Sul – AMEMS

Banco do Brasil – BB S.A.

Caixa Econômica Federal – CAIXA

Federação das Associações Empresariais de Mato Grosso do Sul – FAEMS

Federação das Indústrias do Estado de Mato Grosso do Sul – FIEMS

Federação de Agricultura e da Pecuária do Estado de Mato Grosso do Sul – FAMASUL

Federação do Comércio do Estado de Mato Grosso do Sul – FECOMÉRCIO

Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia do Estado de Mato Grosso do Sul – FUNDECT

Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS

Secretaria de Estado de Governo e Gestão Estratégica – SEGOV

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

## PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO DO SEBRAE/MS

Marcelo Bertoni

## DIRETOR SUPERINTENDENTE

Cláudio George Mendonça

## DIRETORA TÉCNICA

Sandra Amarilha

## DIRETOR DE OPERAÇÕES

Tito Manuel Sarabando Bola Estanqueiro

## GERENTE DA UNIDADE DE COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Jorge Tadeu de Barros Veneza

## COORDENADORA DE COMPETITIVIDADE

Isabella Fernandes Montello

## COORDENADORA DE POLÍTICAS PÚBLICAS

Kassiele Cristina Nardi Galvão de França

## GESTÃO E EXECUÇÃO

Vagner Texeira Alexandre  
Roger Victor Corona Garcia  
Odair José Mombach

## INOCÊNCIA

Gerente: Josilmar Queiroz Blini Signori  
Analista: Ana Flavia de M. Arrais Batista  
Consultora: Maria Luzia Lomba de Souza

## METODOLOGIA E DESENVOLVIMENTO DE CONTEÚDO

Equipe UNISINOS – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

## COORDENAÇÃO DO IPM - UNISINOS

Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca  
Prof. Dr. Fabricio Farias Tarouco

## PESQUISA E PROJETAÇÃO

Prof. Ms. Gabriel Gallina Jorge  
Ms. Francielle Daudt  
Ms. Lucas Becker

# SUMÁRIO

## 1. APRESENTAÇÃO

- 1.1 Propósito
- 1.2 Objetivos
- 1.3 Mapa Territorial do MS
- 1.4 Procedimentos Metodológicos
- 1.5 Documentos Produzidos

## 2. BRANDING TERRITORIAL

- 2.1 Conceituação
- 2.2 Imagens da Cidade
- 2.3 Proposta

## 3. EIXOS NORTEADORES

- 3.1 Eixos Norteadores
- 3.2 Organização
- 3.3 Encantamento
- 3.4 Experiências
- 3.5 Hospitalidade
- 3.6 Comunicação

## 4. PROJETOS ESTRATÉGICOS

- 4.1 Estética Urbana
- 4.2 Intervenções Criativas
- 4.3 Produtos Locais
- 4.4 Novas Atratividades
- 4.5 Imersão e Vivência
- 4.6 Eventos Temáticos

05

06

08

09

10

11

12

13

14

15

16

18

19

20

23

26

29

32

33

41

49

57

65

73

## 5. PROJETOS COMPLEMENTARES

- 5.1 Rua de Referência 82
- 5.2. Hospedagem e Estadia 90
- 5.3 Jornada Gastronômica 98
- 5.4 Marca e Identidade 106
- 5.5 Comunicação Visual 116
- 5.6 Presença Digital 127

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

- 6.1 Síntese Projetual 137
- 6.2 Colocando as diretrizes em prática 138
- 6.3 Próximos passos 139



# Apresentação

# APRESENTAÇÃO

Construção histórica, riqueza cultural e potencialidades econômicas são aspectos importantes que formam a identidade de um povo e a representatividade do local dentro de determinada região. Identificar esses pilares é um passo importante para um município, por trazer o sentimento de pertencimento à população e, também, proporcionar clareza na forma como a cidade se apresenta para o mundo.

Por entender a relevância da consolidação dessa imagem no processo de desenvolvimento econômico, o Sebrae, por meio do programa Cidade Empreendedora, auxiliou o município na construção do Plano de Branding Territorial. Um projeto estratégico que estabelece a identidade da cidade e a maneira como ela deve ser trabalhada para promover o local, em âmbito estadual e, até mesmo, nacional. Vale destacar que o acesso a novos mercados fortalece o empreendedorismo, que é uma das principais forças para o desenvolvimento sustentável.

A realização desse trabalho envolveu o poder público e representantes de diversos segmentos da sociedade, considerando a opinião dos moradores e lideranças. Nosso intuito com essa entrega é apoiar a administração municipal para tornar o município mais competitivo, atraindo novos investimentos. gerando na população o sentimento de orgulho e vontade de construir uma cidade melhor para todos.

É dessa forma que o Sebrae cumpre o seu papel e apoia o pequeno negócio, trazendo mais visibilidade para o município, novas oportunidades para os empreendedores locais e gerando na população o sentimento de orgulho e vontade de construir uma cidade melhor para todos.

**Claudio Mendonça**

Diretor-superintendente do Sebrae/MS

## **Desenvolvimento Sustentável** e o Marketing Territorial

A interconexão entre territórios, desenvolvimento e sustentabilidade é fundamental para moldar um futuro próspero e equilibrado. Os territórios, sejam urbanos, rurais ou naturais, representam os espaços onde ocorrem as atividades humanas e as interações com o meio ambiente. O desenvolvimento, por sua vez, busca promover o crescimento econômico, social e ambiental desses territórios, garantindo que as necessidades presentes sejam atendidas sem comprometer as oportunidades das futuras gerações. Nesse contexto, a sustentabilidade surge como um princípio orientador, que busca conciliar o desenvolvimento humano com a preservação dos recursos naturais e a manutenção dos sistemas ecológicos.

Nesse contexto, o Marketing Territorial emerge como uma ferramenta de apoio na promoção do desenvolvi-

to sustentável, unindo estratégias de marketing com a conservação e valorização dos recursos locais. Ao direcionar esforços para destacar as características únicas de uma região, o marketing territorial não apenas atrai investimentos e turistas, mas também fortalece a identidade local e incentiva práticas sustentáveis.

Ao alinhar suas ações com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), o Marketing Territorial pode contribuir significativamente para o alcance de diversas metas. Por exemplo, ao promover práticas agrícolas sustentáveis, uma região pode apoiar o ODS 2 (Fome Zero e Agricultura Sustentável). Da mesma forma, ao enfatizar a preservação ambiental e o turismo responsável, contribui-se para o ODS 15 (Vida Terrestre) e o ODS 12 (Consumo e Produção Sustentáveis).

Além disso, o Marketing Territorial pode desempenhar um papel fundamental na sensibilização e

engajamento da comunidade local em questões ambientais e sociais, promovendo a participação ativa e o desenvolvimento de soluções coletivas. Dessa forma, as estratégias de marketing não apenas aumentam a visibilidade e competitividade do território, mas também promovem um desenvolvimento mais equitativo, inclusivo e sustentável, alinhado aos objetivos globais de desenvolvimento.

# OBJETIVOS DO MILÊNIO



O Desafio do

## **Plano de Branding**

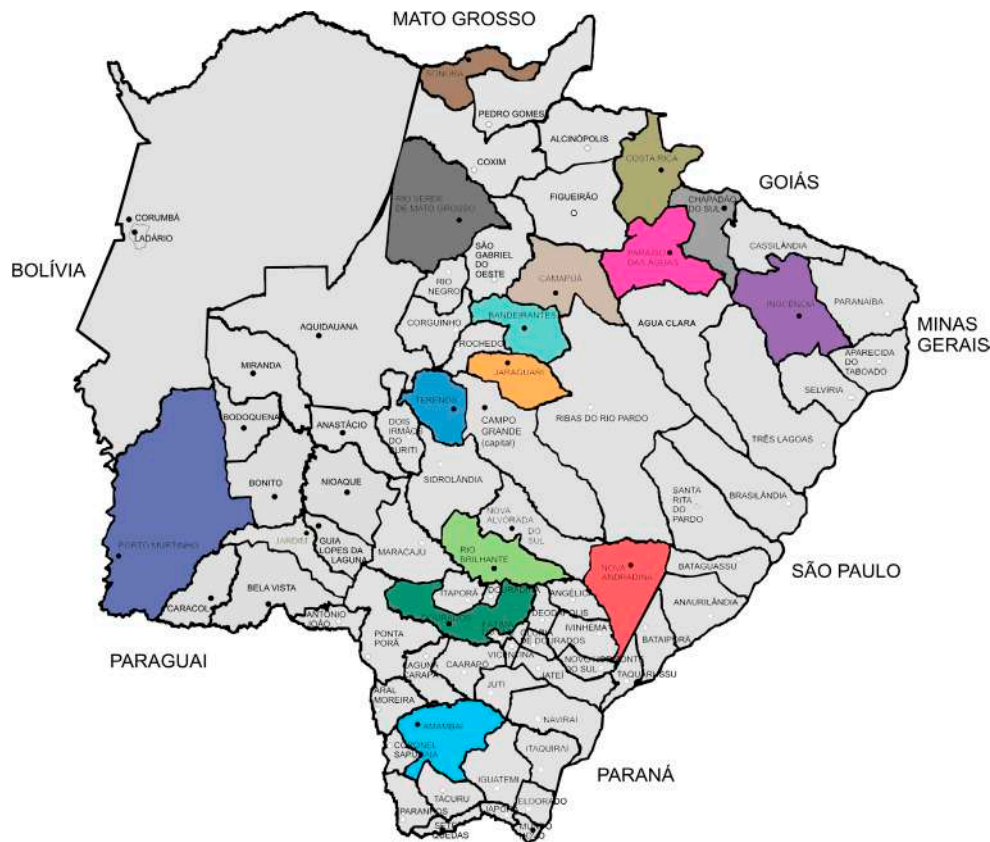
*Desenvolver projeto estratégico de branding territorial para subsidiar atores locais e agentes do SEBRAE a comunicar, qualificar e promover estrategicamente cidades empreendedoras do estado do Mato Grosso do Sul, no Brasil.*

O branding desempenha um papel crucial no cenário atual. É uma ferramenta indispensável para o sucesso dos territórios no contexto da competitividade. Trata-se de uma ponte entre os lugares e o público-alvo que pretende-se alcançar, estabelecendo uma presença significativa no contexto territorial e diferenciando-se dos demais, ao apresentar características exclusivas que o fazem único e especial. Assim, a cidade se desenvolve de forma criativa e sustentável do ponto de vista econômico, social e ambiental.





# MAPA TERRITORIAL DO MS



As cidades contempladas pelo

## **Projeto Estratégico**

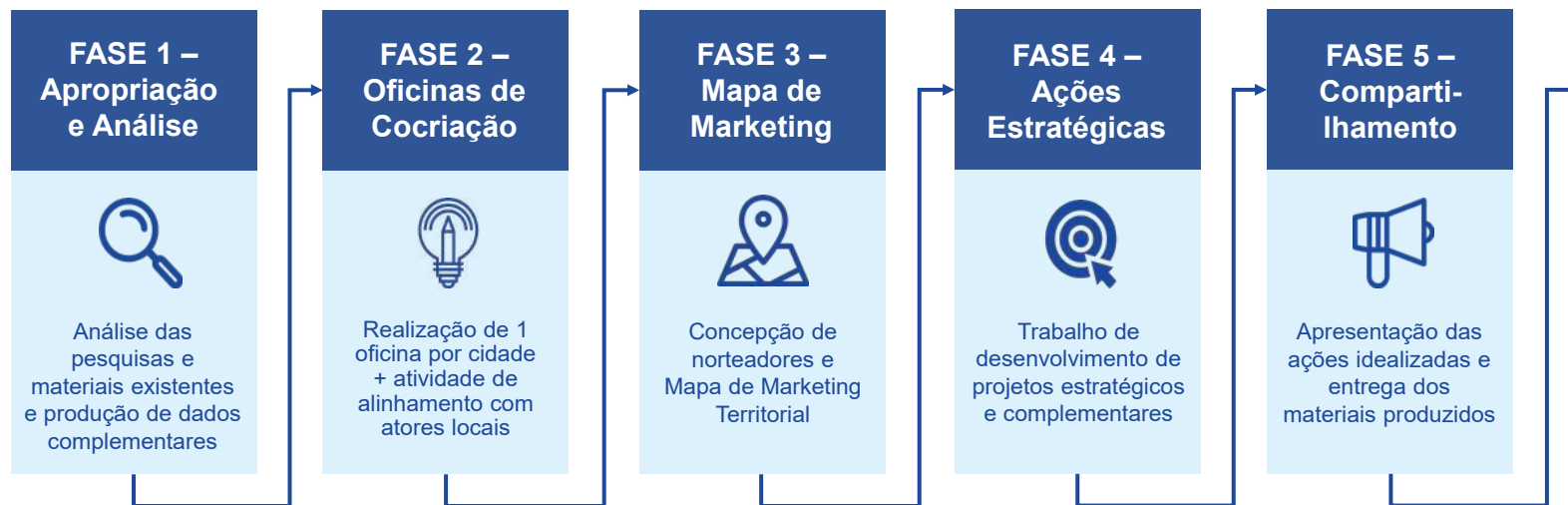
*Ao todo foram 15 cidades contempladas pelo projeto de construção do Plano de Branding Territorial desenvolvido pelo Sebrae.*

A partir do trabalho desenvolvido pelo Sebrae e pela equipe do Instituto de Pesquisas de Mercado da Unisinos, os municípios contemplados pelo projeto passam a contar com este Plano de Estratégias elaborado especialmente para a cidade. Com o material em mãos, gestores públicos e comunidade poderão traçar ações que visem o desenvolvimento territorial por meio de seu posicionamento no âmbito regional, estadual e nacional, diferenciando-se de outros municípios. No mapa ao lado é possível visualizar as cidades contempladas pelo projeto e perceber a dimensão do trabalho realizado.

# PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

As etapas do

## *Trabalho desenvolvido*

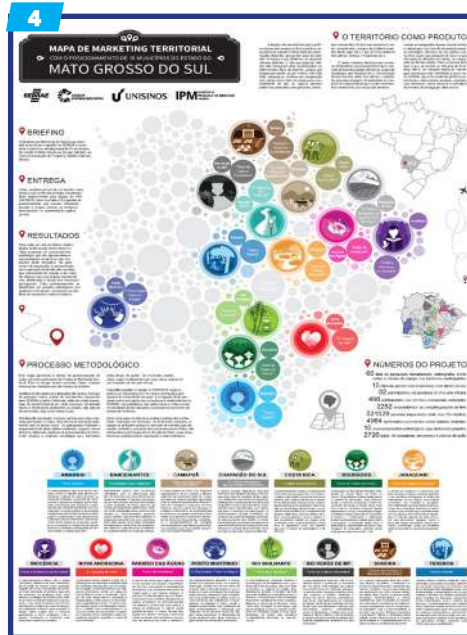


# DOCUMENTOS PRODUZIDOS

| INOCÊNCIA   | Intervenções e ações | Atividades planejadas | Atividades realizadas |
|---|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <p>Objetivo geral: Desenvolver o Marketing Territorial do Mato Grosso do Sul.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar pesquisas de campo e de laboratório.</li> <li>Realizar oficinas de cocriação.</li> <li>Realizar consultas populares.</li> <li>Realizar pesquisas online.</li> <li>Realizar pesquisas de campo.</li> <li>Realizar pesquisas de laboratório.</li> <li>Realizar pesquisas de campo.</li> <li>Realizar pesquisas de laboratório.</li> <li>Realizar pesquisas de campo.</li> <li>Realizar pesquisas de laboratório.</li> </ul> |                      |                       |                       |
|   |                      |                       |                       |
|   |                      |                       |                       |
|   |                      |                       |                       |
|   |                      |                       |                       |



| Atividade            | Local    | Data       | Participantes | Observações |
|----------------------|----------|------------|---------------|-------------|
| Oficina de Cocriação | Unisinos | 10/05/2017 | 15            | ...         |
| Consulta Popular     | Unisinos | 15/05/2017 | 32            | ...         |
| ...                  | ...      | ...        | ...           | ...         |



Ao longo de 8 meses, os profissionais envolvidos desenvolveram uma série de atividades e documentos que embasaram o plano de branding territorial proposto. Citam-se os materiais mais relevantes produzidos:

1. *Framework da Análise de Contexto*
2. *Síntese da Oficina de Cocriação*
3. *Pesquisa online e tabulação*
4. *Mapa de Marketing Territorial*
5. *Plano de Branding Territorial*

Além disso foram:

- 60 dias** de pesquisa documentais, netnografia, entrevistas e saídas de campo;
- 32 participantes** na pesquisa online pós-oficina;
- 498 participantes** nas oficinas presenciais;
- 2252 respondentes** na consulta popular; online;
- 531.029 pessoas** impactadas (hab. das 15 cidades);
- 4984 quilômetros** percorridos;
- 15 posicionamentos** estratégicos.
- 2720 páginas** de pesquisas, processos e planos de ação.



# Branding Territorial

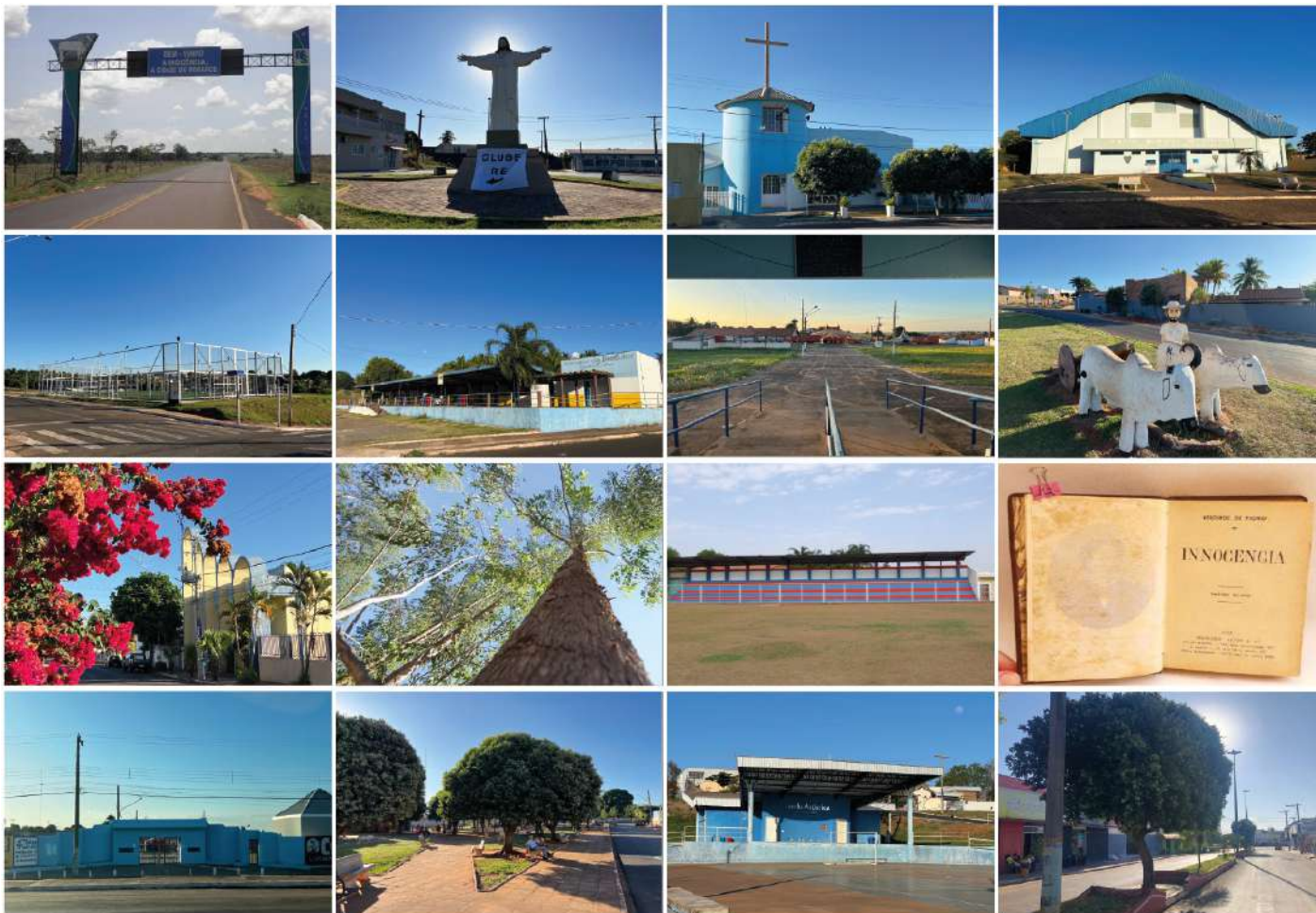
# CONCEITO




- É um argumento único e distintivo;
- É próprio e autêntico;
- Entrega valor para o público-alvo.

*É a estratégia de cocriação de oferta de valor única e distintiva para um determinado território, de modo que as pessoas o associem a atributos específicos e diferenciadores.*



*O conceito é projetado a partir da identificação dos elementos locais com potencial para construir a oferta de valor de um determinado território.*

# IMAGENS DA CIDADE





*O posicionamento territorial proposto busca unir o termo “romance”, referente ao livro “Inocência” de Visconde de Taunay, com o produto “papel”, em alusão à produção de celulose, atividade econômica em ascensão. Essa fusão destaca o prestígio da cidade como cenário do livro, ao mesmo tempo em que ressalta seu atual momento econômico, valorizando a história e a cultura enquanto contempla o futuro e seus avanços. O slogan ainda sugere que o romance transcenda o livro, ocupando ruas e praças, conferindo à cidade uma atmosfera romântica e atrativa.*



PROPOSTA

# Inocência

*Onde o Romance Sai do Papel*



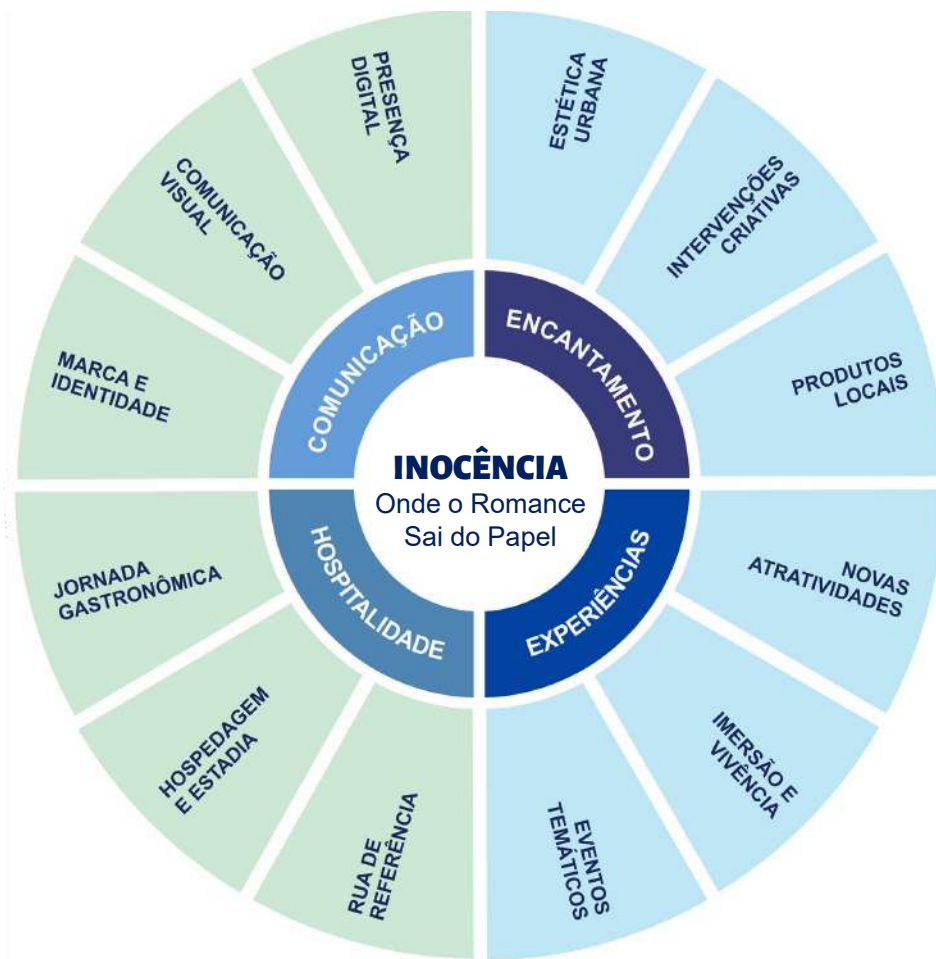


# Eixos Norteadores

## Os Eixos Norteadores

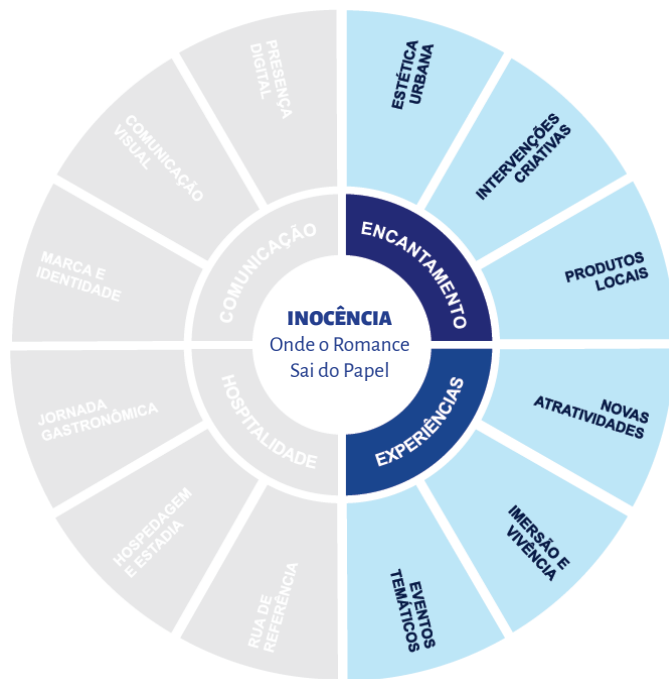
*Organizar o trabalho por partes é fundamental para a compreensão e condução eficiente de projetos complexos. A partir de pesquisas de campo, consultas online, workshops com atores locais e processos criativos de projeção, propõe-se quatro eixos norteadores que sustentarão o novo posicionamento da cidade.*

Esses eixos funcionam como frentes de ação, permitindo uma gestão mais organizada do grande projeto. Divididos em grupos menores de trabalho, os eixos facilitam a articulação dos envolvidos na implementação do posicionamento estratégico do município. Cada um desses eixos foi desdobrado em 3 frentes estratégicas, totalizando 12 projetos que tangibilizam a proposta de valor do 'branding territorial'. Essa organização modular atende às nuances das diferentes possibilidades projetuais, fortalecendo cada dimensão local.

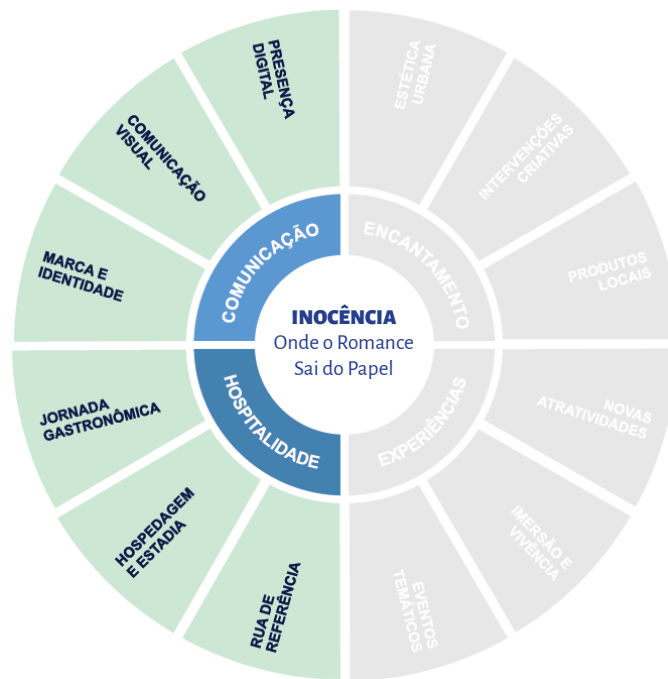


# ORGANIZAÇÃO

Os eixos norteadores da metade direita, chamados de **Encantamento e Experiências**, tratam dos projetos estratégicos pensados exclusivamente para a cidade. Aqui, são apresentadas propostas contextualizadas para a qualificação da imagem e experiência local, especialmente elaboradas para transformar a percepção do visitante e orgulhar os moradores.



Os eixos norteadores da metade esquerda, intitulados **Hospitalidade e Comunicação**, tratam de projetos complementares que exploram aspectos adicionais que também são importantes. São diretrizes extras para ajuste e melhorias da entrega destes serviços, funcionando como base de sustentação das atratividades propostas.



Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

# Encantamento

*“Ações e intervenções para  
surpreender quem chega”*



# ENCANTAMENTO



*Este eixo se dedica aos elementos que despertam o interesse no visitante e impactam a sua chegada.*

Uma frente dedicada ao encantamento do visitante é essencial para criar uma primeira impressão marcante da cidade.

Intervenções criativas despertam interesse, tornando as ruas visualmente atraentes para registros fotográficos e compartilhamento nas redes sociais, promovendo a cidade de forma orgânica.

Além disso, oferecer produtos autênticos possibilita ao turista levar consigo lembranças genuínas da experiência vivenciada.

Ao valorizar a estética urbana e os produtos típicos locais, a cidade não apenas cativa, mas também fideliza e fomenta uma divulgação positiva e espontânea, enriquecendo a percepção do visitante e fortalecendo a identidade e atratividade local.

## Eixo Norteador

# *Encantamento*

Este Eixo promove a percepção sensorial envolvendo espaços urbanos e produtos. Focado na tangibilização do posicionamento, oferece conexão com o que a cidade tem de mais encantador. Suas ações se organizam nos seguintes projetos estratégicos:

### **ESTÉTICA URBANA**

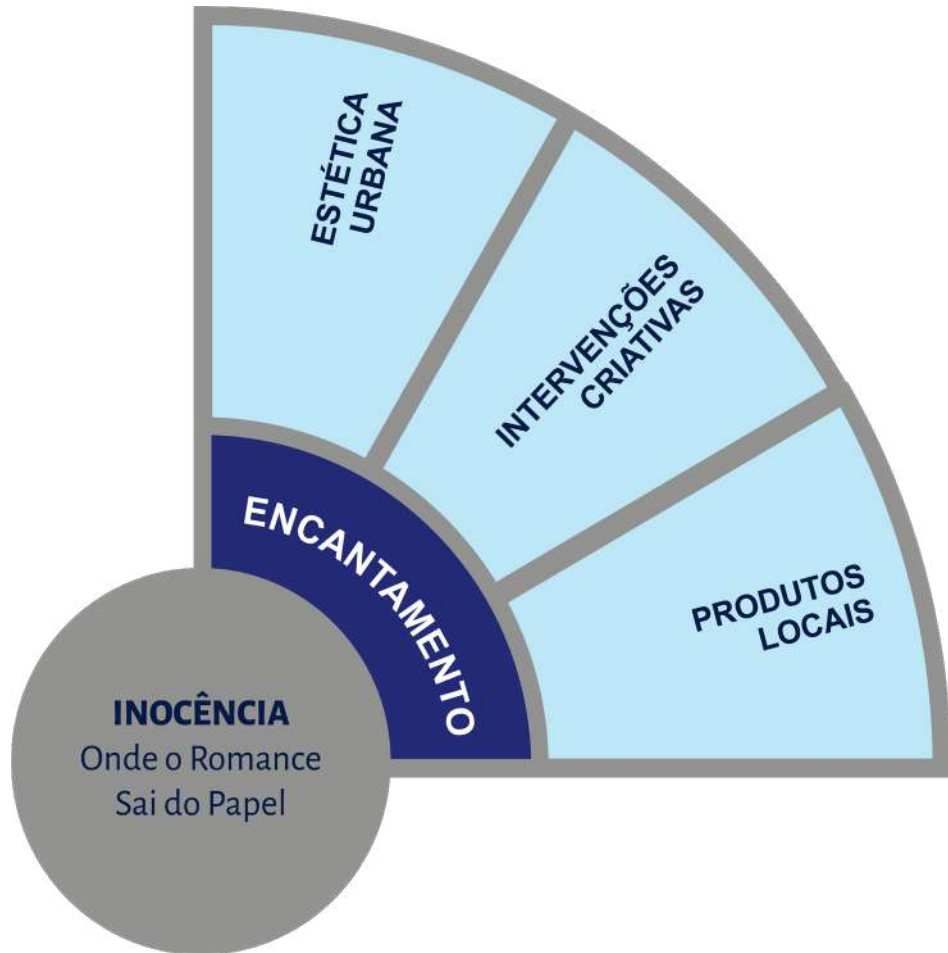
Estratégias para renovar a estética das ruas e dos espaços públicos.

### **INTERVENÇÕES CRIATIVAS**

Estratégias para aperfeiçoar o acesso da cidade e criar marcos de referência urbana.

### **PRODUTOS LOCAIS**

Estratégias para qualificar o artesanato e os produtos locais encontrados e comercializados na cidade.





Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

# Experiências

*“Atividades para entreter e fidelizar quem chega na cidade”*

***Este eixo se dedica a criar momentos inesquecíveis e atividades para vivenciar a cidade.***

Proporcionar ao visitante uma estadia acima das expectativas é fundamental para a sua percepção positiva da cidade.

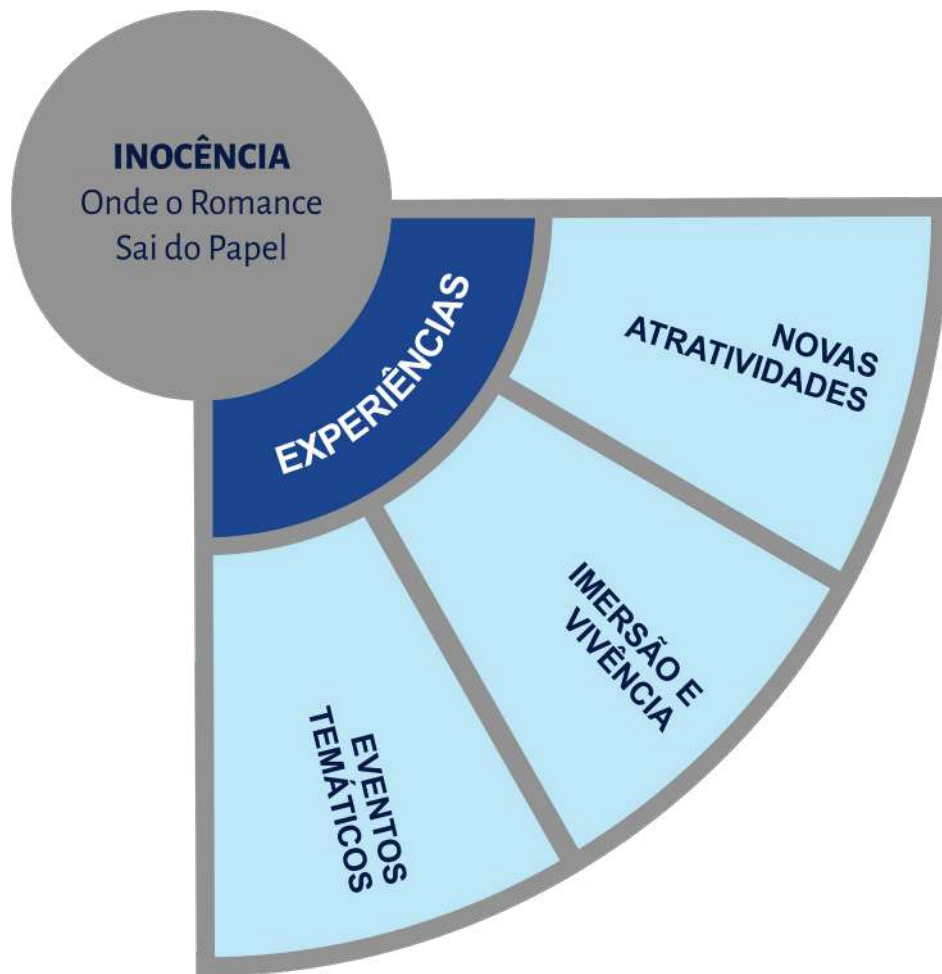
Criar um pacote de atratividades, desde pontos turísticos até programas imersivos na cultura local, é essencial para a satisfação do cliente.

Oferecer experiências que permitam a vivência genuína da cidade, suas tradições e festividades, estabelece uma conexão significativa.

Festas e eventos autênticos proporcionam contato direto com a essência do lugar e seu povo, deixando memórias vívidas e uma impressão agradável, garantindo que a estadia seja mais do que uma simples visita, mas também uma experiência marcante, única e enriquecedora realizada na cidade.







Eixo Norteador

## *Experiências*

Proporciona experiências memoráveis ao visitante. A proposta é envolver o público-alvo no universo do posicionamento, oferecendo muitas atividades e entretenimento. Suas ações se organizam nos seguintes projetos estratégicos:

### **NOVAS ATRATIVIDADES**

Estratégias para qualificar a oferta de lugares e empreendimentos para visitação e consumo.

### **IMERSÃO E VIVÊNCIA**

Propõe atividades onde o turista experimenta a cultura local e coloca a mão na massa.

### **EVENTOS TEMÁTICOS**

Propõe ocasiões planejadas e organizadas para celebrar temas específicos que possuam rela o com o território, reformulando o que já existe e criando novas atra es.

Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

# Hospitalidade

*“Estratégias para receber  
e acolher bem o turista”*



# HOSPITALIDADE



*Este eixo se dedica aos detalhes que reforçam uma impressão positiva para quem visita a cidade.*

Uma base sólida em hospedagem e gastronomia é crucial para uma experiência territorial positiva. O acolhimento vai além de dormir e comer; é sentir-se bem-vindo ao explorar as ruas e serviços.

Detalhes cuidadosos criam uma impressão marcante, gerando recomendações boca a boca. Hospedagem e gastronomia são aspectos sempre enaltecidos, fundamentais para que o visitante se sinta não apenas bem cuidado, mas também encantado pela cidade.

Recomendações pessoais carregam o peso da confiança, sendo o melhor meio de divulgação. Uma cidade que investe nessas áreas não só atrai, mas cativa seus visitantes, criando laços que ultrapassam o momento da estadia e causam o desejo de voltar e também de indicar a cidade para outras pessoas.

## Eixo Norteador

# *Hospitalidade*

O Eixo foca em aspectos básicos da experiência turística: onde ficar, o que comer e por onde começar.

A proposta é identificar oportunidades para acolher bem o visitante. Suas ações se organizam nos seguintes projetos complementares:

### **HOSPEDAGEM E ESTADIA**

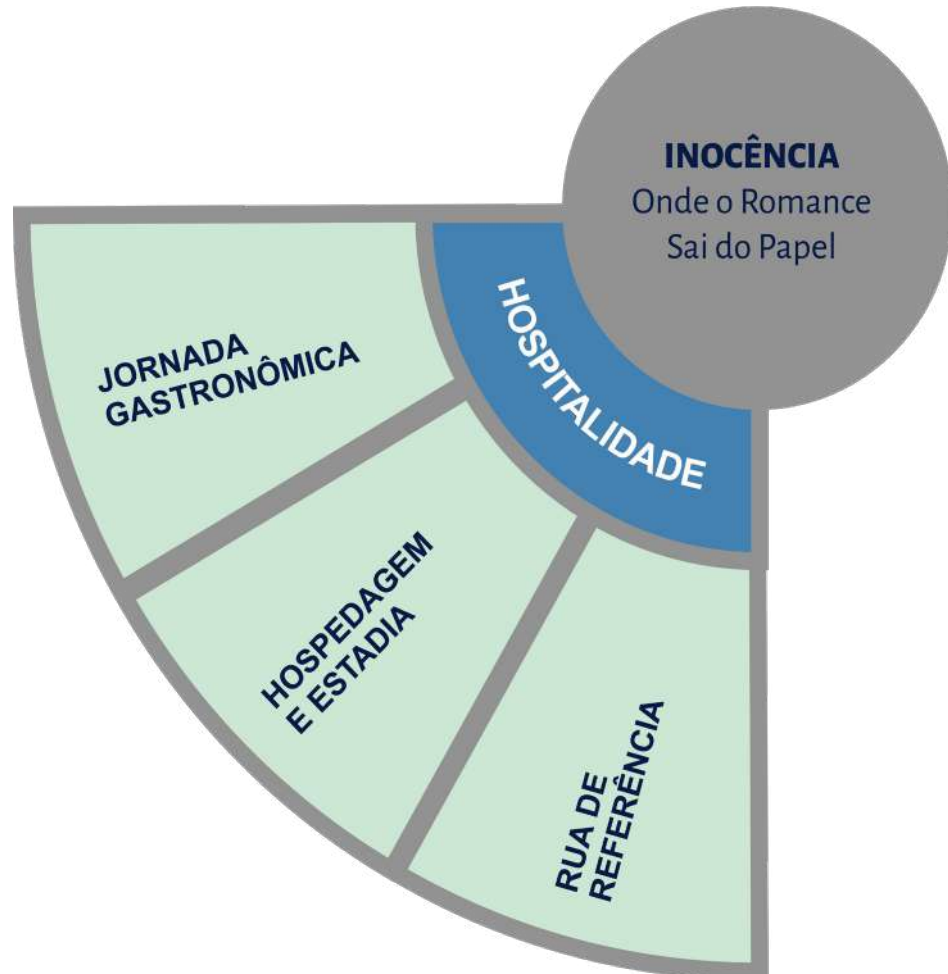
Estratégias para melhorar o que existe e inovar na oferta de acomodações para turistas.

### **JORNADA GASTRONÔMICA**

Estratégias para despertar o interesse dos visitantes por sabores locais.

### **RUA DE REFERÊNCIA**

Estratégias para preparar uma rua que transmita a essência e identidade da cidade, fazendo com que o turista seja surpreendido com o que há de melhor na cidade.





Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

# Comunicação

*“Estratégias para informar, promover e entregar identidade”*

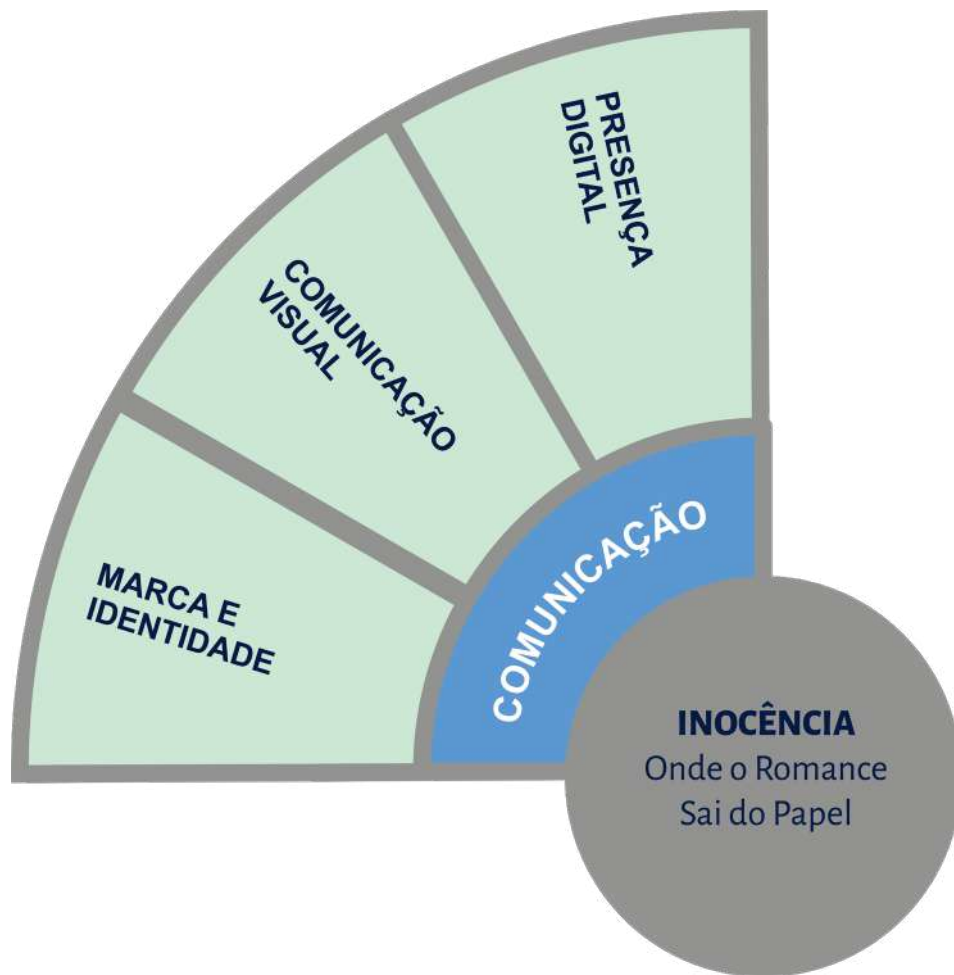
*Este eixo se dedica à manifestação da identidade visual e plataformas de ampla divulgação da cidade.*

A construção de uma marca para a cidade é essencial. Uma identidade gráfica coesa e alinhada ao posicionamento é poderosa na divulgação dos atrativos, tornando-a mais convidativa e comercialmente viável.

Vestir a cidade com essa identidade visual reforça a experiência do visitante e promove um senso de pertencimento ao residente. A presença digital é outra frente indispensável atualmente, permitindo que a cidade seja consumida globalmente.

Integrar isso em um planejamento estratégico é fundamental para comunicar efetivamente os valores e diferenciais, garantindo que a mensagem do posicionamento seja transmitida de maneira consistente e eficaz.





Eixo Norteador

## **Comunicação**

O Eixo foca na construção da identidade visual e meios físicos e virtuais de sua manifestação. A proposta é identificar os principais meios de comunicar o posicionamento de forma coerente e consistente. Suas ações se organizam nos seguintes projetos complementares:

### **MARCA E IDENTIDADE**

Estratégias para criar uma identidade e suas aplicações a fim de dar vida ao posicionamento proposto.

### **COMUNICAÇÃO VISUAL**

Estratégias para fazer o posicionamento estar presente nas ruas da cidade.

### **PRESENÇA DIGITAL**

Estratégias para marcar presença no mundo virtual, estimulando os canais de comunicação como redes sociais e plataformas de vídeo.



# Projetos Estratégicos





Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

# Estética Urbana

*“Estratégias para reforçar os encantos  
da cidade”*

## O que é?

*A estética urbana proposta para Inocência busca construir, por meio do paisagismo, do mobiliário urbano, de pavimentações e de diferentes elementos, um local que demonstre sua identidade voltada ao romance e que enfatize a importância da indústria da celulose na economia da cidade. O foco é sempre prezar pelo encantamento e surpresa de quem a visita.*

A imagem ao lado foi criada por inteligência artificial e busca traduzir, por meio de um elemento funcional urbano (neste caso, uma luminária), conceitos que reforçam o posicionamento da cidade. O formato de borboleta remete ao romance 'Inocência', que inspirou o nome do município, além de uma estética que lembra o papel, em referência à indústria de celulose.

Por meio deste tipo de estratégia, a cidade passa a ganhar notoriedade e se diferenciar das demais, atraindo as atenções para si, incitando a vontade de turistas conhecerem as suas peculiaridades e registrarem a sua passagem pelo território 'Onde o Romance Sai do Papel'.





## Como é?

### Um toque de história e romance em cada intervenção

Uma forma possível de materializar o posicionamento em diferentes pontos da cidade é ter como inspiração conceitos que envolvam a temática do romance, letras, histórias e elementos específicos do livro “Inocência”, de Visconde de Taunay. Esses conceitos podem ser fonte de inspiração para a criação de mobiliários urbanos, lixeiras, luminárias, placas informativas, paisagismo, revestimentos de calçadas e outras intervenções no território.

### O papel compoendo a cidade

Outro elemento importante para a elaboração dessa estética é o papel e seus diferentes usos, como em livros, origamis, dobraduras e desenhos, que inspiram a criação de elementos urbanos que remetem a esses conceitos. Um exemplo disso são as imagens ao lado, que demonstram como poderiam ser essas intervenções inspiradas no papel, em histórias e no romance que poderiam ser aplicadas de forma criativa na cidade de Inocência.

## O que fazer?

### Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A estética urbana da cidade de Inocência precisa ter uma atratividade que esteja alinhada com suas características e com o posicionamento que será trabalhado nos próximos anos. São inúmeras as possibilidades de intervenções nesta cidade, que incluem a implementação de novos mobiliários urbanos, intervenções artísticas, calçadas temáticas, além da transformação das fachadas de empreendimentos comerciais e residenciais que desejarem adequar-se à nova identidade. Essa qualificação estética será responsável por 'instagrar' e criar curiosidade pela cidade, tendo como premissa os conceitos anteriormente citados (o romance e o universo do papel), buscando sempre a originalidade, atratividade e criatividade.

### Quem deve se envolver?

Poder público, iniciativa privada, trade turístico, associações de moradores e demais interessados no projeto.

## CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

### 1. Mapear pontos de intervenção

Definir os elementos urbanos apropriados para receber intervenções artísticas.

### 2. Mapear os empreendimentos parceiros

Selecionar empreendimentos locais e instituições que queiram aderir ao projeto.

### 3. Criar um plano de intervenções

Desenvolver um plano com datas, recursos, participantes e artes a serem implementadas.

### 4. Oferecer benefícios aos participantes

Oferecer vantagens e recursos para quem aderir ao projeto de transformação estética.

### 5. Implementação e manutenção

Implementar as ações planejadas, fiscalizar e dar manutenção quando for necessário.



## Ideias e Inspirações

### A estética do romance

Esta proposta inclui a inserção de elementos urbanos funcionais, como bancos, luminárias, paradas de ônibus, fachadas, paisagismos e outros desdobramentos, inspirados em temáticas ligadas ao romance. Mais do que tratar esse tema de forma convencional (como por meio de corações e as cores vermelho e rosa), é possível ir além, tratando a temática de forma inusitada e criativa. Dessa forma, o posicionamento escolhido ganha vida nas ruas da cidade de forma única e inusitada, mas também prezando pela funcionalidade. Ao lado, são apresentados alguns exemplos que foram criados a partir do uso de softwares de inteligência artificial, utilizando o conceito 'romance' de forma criativa e funcional no cenário urbano.

Utilizar o conceito "romance" de forma criativa e funcional no cenário urbano;  
Buscar fugir de padrões óbvios ligados ao romance e propor ideias criativas e inusitadas para encantar os visitantes.

## Ideias e Inspirações

### Compor ambientes e cenários que simulam 'desenhos no papel'

Uma das atividades mais divertidas que se pode realizar com o papel é materializar a imaginação em desenhos, coloridos ou não. Para a criatividade fluir, basta uma folha em branco. Entre as soluções que podem impactar a estética urbana da cidade, uma delas pode ser bem lúdica e divertida, como transformar as edificações em cenários de desenho utilizando técnicas de pintura bidimensional e também tridimensional, como os exemplos apresentados ao lado. Esta técnica, que apesar de simples gera um grande impacto visual, pode ser aplicada em fachadas de comércios e também em seu interior, fazendo com que a imersão do visitante seja completa.

Transformar fachadas e áreas internas de estabelecimentos comerciais ou privados em cenários de desenho, utilizando técnicas de pintura bidimensional ou tridimensional em paredes e vitrines.





## Ideias e Inspirações

### Dobraduras que invadem a cidade

Assim como desenhar e pintar, há quem goste de dobrar o papel, como a técnica japonesa amplamente conhecida como 'origami'. A partir das diversas maneiras divertidas e lúdicas que esse elemento pode ser explorado, podem ser criadas estratégias de estética urbana que aderem a esses formatos. O papel dobrado pode ser trabalhado em luminárias com formato de origamis, em placas de trânsito, bancos, paradas de ônibus, dentre outros mobiliários urbanos. As dobraduras também podem aparecer compondo a estética de fachadas de estabelecimentos comerciais, como mostram as imagens ao lado, além de intervenções em praças e na área central da cidade.

Utilizar a estética do papel dobrado (ou origami) em intervenções urbanas, como mobiliários, luminárias e praças; Estimular o uso dessa estética em fachadas de estabelecimentos privados.

## Ideias e Inspirações

### Vestida de letras, coberta de histórias

Assim como Visconde de Taunay, quem visita Inocência pode se sentir inspirado a contar uma história a partir de estímulos criativos oferecidos pela própria cidade. Nessa linha, a cidade pode se tornar uma “grande folha de papel em branco”, pronta para ser preenchida com os mais belos registros feitos pela comunidade local ou por visitantes, fazendo com que qualquer boa história ganhe vida em Inocência em pavimentações, mobiliários, placas informativas e projeções luminosas. Um bom exemplo nesse sentido é o Bairro das Letras, em Madrid, onde a pavimentação conta com trechos de livros gravados nela, mantendo vivo o legado desses escritores.

Aplicar frases e histórias espalhadas pela cidade nas ruas, praças e parques;  
 Estimular moradores e visitantes a compartilhar histórias diversas e/ou vividas em Inocência;  
 Divulgar os relatos em intervenções urbanas fixas ou mutáveis.





Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

# Intervenções Criativas

*“Pontos de interesse que se destacam  
na paisagem”*



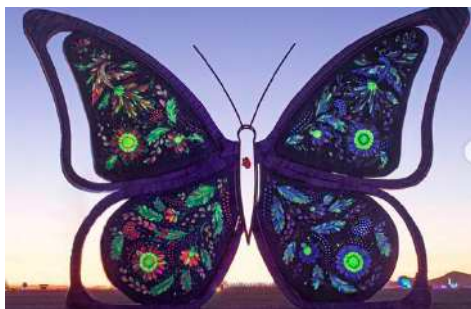
## O que é?

*As intervenções criativas propostas para Inocência tem como objetivo trazer a atmosfera romântica e também o universo do papel em instalações de impacto, como esculturas, obras de arte e espaços instagramáveis, que surpreendam os visitantes, orgulhem a população local e tenham popularidade nas mídias.*

Um dos potenciais dessas intervenções, além do reforço do posicionamento e embelezamento urbano, é o registro e popularidade que podem ter nos meios audiovisuais, como em mídias sociais de grande impacto, fazendo com que a cidade fique amplamente conhecida. A imagem ao lado é de uma escultura feita pelo estúdio do artista Ralfonso, especialista em esculturas cinéticas e que interagem com o ambiente onde estão expostas. A obra, intitulada Loving Heart, está instalada na cidade de Changchun, na China, e é um exemplo de como uma intervenção criativa pode gerar grande impacto no território.



# INTERVENÇÕES CRIATIVAS



## Como é?

### Onde o romance sai do papel...

Inocência é assim chamada por conta da obra literária homônima de Visconde de Taunay, que foi inspirada nas paisagens e nos costumes do município para a construção de sua narrativa. Um dos objetivos do posicionamento é tornar visível no ambiente urbano o legado deixado pela obra e pelo autor, fazendo com que os personagens “saiam do papel” e tomem as ruas, acompanhados do sentimento que conduz a história, que é o amor. Além disso, o papel, é sinônimo de desenvolvimento em Inocência e também deve ser evidenciado.

### E vai para as ruas

Sendo assim, Inocência deve ganhar, de forma gradual, estruturas físicas marcantes que remetam a personagens e elementos importantes da obra de Visconde de Taunay, explorando também a temática do papel e do romance, com foco em homenagear a história do município e a sua nova fase de desenvolvimento, atraindo casais apaixonados e outros visitantes em busca de diversão.

## O que fazer?

### Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Como forma de fortalecer o posicionamento pretendido, é necessário que Inocência tenha atratividades que a destaquem como um destino romântico e temático no estado do Mato Grosso do Sul e no Brasil, a exemplo de Campos do Jordão, em São Paulo, e Gramado, no Rio Grande do Sul. Desta forma, o posicionamento “Onde o Romance Sai do Papel” ganha força quando invade as ruas, praças e estabelecimentos da cidade, por meio de diversas intervenções urbanas, como esculturas, monumentos, “fontes do amor” e outras possibilidades. Para isso, é necessário definir artistas e profissionais locais ou convidados que tenham como inspiração o amor, o romance escrito por Visconde de Taunay e o papel, importante elemento para a economia da cidade.

### Quem deve se envolver?

Poder público, iniciativa privada, artistas locais, trade turístico, moradores e empreendedores locais.

## CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

### 1. *Delimitar os espaços da ação*

Definir os espaços aptos para receber intervenções artísticas na cidade.

### 2. *Seleção de artistas*

Selecionar e contratar artistas com experiência em obras para espaços abertos.

### 3. *Criação de obras da cultura pantaneira*

Construção e instalação das intervenções na cidade. Se possível, uma nova por semestre.

### 4. *Criação de exposições artísticas*

Realização de exposições artísticas urbanas ao estilo Cow Parade e Jaguar Parade.

### 5. *Implementação e Gestão*

Parceria com o trade turístico para fazer a gestão do projeto artístico e cultural.

# INTERVENÇÕES CRIATIVAS



## *Ideias e Inspirações*

### **Tem que ter uma fonte do amor eterno**

Um dos monumentos mais importantes e altamente fotografados em cidades reconhecidas como destinos para casais apaixonados é a Fonte do Amor Eterno. Inspirados na Ponte dos Cadeados, de Paris, e na Casa de Julieta, em Verona, casais firmam seus votos de fidelidade ao colocar um cadeado preso a uma grade no entorno da fonte. Um dos locais em que a fonte do amor eterno pode ser implantada é em frente a uma igreja importante para a cidade, simbolizando o enlace do casal com a proteção divina. Como forma de inovar e propor uma temática alinhada ao posicionamento, é possível utilizar cadeados em formato de coração, que sejam de material resistente.

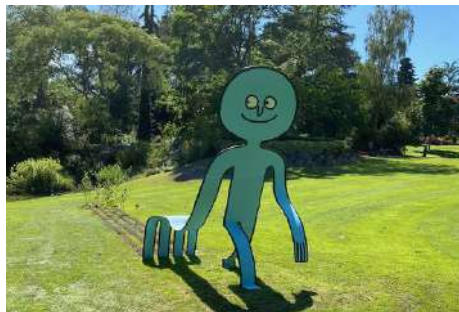
Instalar uma Fonte do Amor Eterno em Inocência, preferencialmente em frente a principal igreja da cidade;  
Utilizar cadeados em forma de coração, em referência ao romance

## Ideias e Inspirações

### Intervenções divertidas que remetam ao papel

Uma forma de valorizar a referência do papel no município é explorá-lo de modo lúdico, trazendo à tona lembranças inesquecíveis e gerando tantas outras a quem visita a cidade. Toda a criança já fez barcos de papel para brincar sobre a água, ou competiu com amigos para ver quem tinha o avião de papel mais veloz. Por isso, a proposta apresentada visa encantar crianças e gerar um sentimento nostálgico e feliz aos adultos, a partir de esculturas e intervenções que remetam a esses elementos. As imagens ao lado mostram formas de materializar isso, como por meio de esculturas de animais e aviões em origami, ou 'barcos de papel' que permitem transitar sobre as águas.

Instalar intervenções lúdicas em formato de origami para encantar diferentes públicos, desde crianças à adultos; Explorar elementos da infância, como aviões e barcos de papel.



# INTERVENÇÕES CRIATIVAS



## Ideias e Inspirações

### Ilustrações, contos e histórias que invadem a cidade

A literatura de Cordel, importante manifestação cultural brasileira que se desenvolveu principalmente no Nordeste, mistura poesia com ilustrações gráficas feitas com a técnica da xilogravura, onde o artesão talha na madeira a imagem e a reproduz como se fosse um carimbo sobre o papel. Em *Inocência*, identificou-se uma escultura (imagem ao lado, de carro de boi) que remete à estética usada na literatura de Cordel, o que inspirou a ideia de trazer os personagens do livro a vida em esculturas e grafismos seguindo essa estética, além da possibilidade de adaptar a obra de Visconde de Taunay a esse tipo de manifestação cultural.

Desenvolver novas esculturas e ilustrações dos personagens do livro inspiradas na estética de Cordel e na do carro-de-boi; Adaptar o livro *Inocência* a esse tipo de literatura, popularizando-o.

## Ideias e Inspirações

### Tem que dar asas à imaginação

A borboleta possui grande importância no livro escrito por Visconde de Taunay, quando o personagem Dr. Meyer encontra uma espécie de borboleta desconhecida e resolve catalogá-la com o nome de “Inocência”. Por isso, a borboleta pode aparecer de diversas formas no ambiente urbano, como em um pórtico de entrada na cidade, pontos instagramáveis, esculturas fixas ou suspensas, muros pintados ou grafitados, além da iluminação noturna em pontos de intervenção para abrilhantar a noite da cidade. Os materiais utilizados para a confecção dessas intervenções podem ser estruturas aramadas e acrílico, dando impressão de leveza e delicadeza que as borboletas transmitem.

Fazer um pórtico e intervenções instagramáveis com a temática de borboleta;  
Utilizar nas intervenções materiais que transmitam leveza e delicadeza.





Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

# Produtos Locais

*“Artefatos que representam  
a identidade e a cultura local”*



### O que é?

*Incentivar a produção e comercialização de produtos locais faz com que a cidade de Inocência seja prospectada para além de seu território, ampliando ainda mais o alcance de sua identidade ao público externo. Isso também contribui para o desenvolvimento da economia criativa local, a partir do trabalho de artistas e artesãos na criação desses objetos.*

A imagem ao lado foi criada com o uso de inteligência artificial e reproduz uma pequena escultura feita em madeira e corte a laser, que representa a personagem Inocência, do livro de Visconde de Taunay. Esse é um exemplo de souvenir que pode ser desenvolvido por artesãos locais, a partir de restos de madeira encontrados na indústria, dando assim um destino útil e sustentável para essas sobras de madeiras e cascas. É preciso, portanto, criar um bom portfólio de produtos que consiga comunicar a identidade do município e seja atraente para os visitantes.



# PRODUTOS LOCAIS



## Como é?

Mapear e alinhar a produção ao posicionamento estratégico da cidade, estabelecendo critérios de qualidade e apoiando os produtores locais.

Categorias de produtos locais podem incluir:

### Miniaturas e Souvenirs

Pequenos artefatos que destacam a identidade local.

### Artesanato e decoração

Obras de artesãos locais feitas com materiais da região.

### Camisetas e acessórios

Vestuário com estampas de ícones da região.

### Alimentos e bebidas

Produtos gastronômicos típicos da região.

### Brinquedos e jogos

Itens lúdicos para o público infantil, como jogos, brinquedos temáticos e miniaturas dos personagens de 'Inocência'.

## O que fazer?

### Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Produtos locais autênticos e com valor agregado apresentam duas características importantes: geram renda para a região e seus produtores e levam o nome da cidade para além de suas fronteiras, divulgando-a. No quadro ao lado, são descritas cinco fases que devem acontecer no planejamento do portfólio de produtos que representarão a cidade no mercado externo e entre seus visitantes. Devem ser produzidos artefatos que utilizem materiais locais e que, de alguma forma, tenham relação com o posicionamento territorial trabalhado neste plano. A qualificação dos produtos e da mão de obra local é um ponto que deve receber atenção, pois é necessário consolidar um bom portfólio de produtos.

### Quem deve se envolver?

SEBRAE, poder público, iniciativa privada, artistas locais, artesãos locais, designers e escolas de arte e design.

## CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

### 1. Mapeamento de materiais e produtos

Mapear produtos que carregam a identidade local e reforçam o posicionamento proposto.

### 2. Mapeamento de artesãos e designers

Mapear profissionais para a criação e produção de artefatos diferenciados.

### 3. Capacitação da mão de obra local

Qualificação dos artesãos locais para a confecção de produtos com valor agregado.

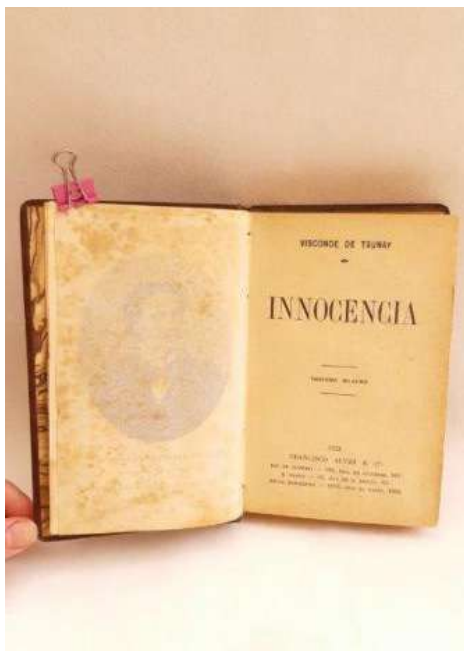
### 4. Busca de referências no mercado

Amplio estudo sobre quais produtos são os mais comercializados em outros lugares.

### 5. Criação de portfólio de novos produtos

Desenvolvimento de 10 produtos que representam a identidade e a cultura local.

# PRODUTOS LOCAIS



## Ideias e Inspirações

### O livro 'Inocência' e suas releituras

Uma das principais lembranças que o visitante deve levar de Inocência é justamente o que dá nome a ela: o livro 'Inocência', de Visconde de Taunay.

A história pode ser disponibilizada em diversos formatos, que podem ser do mais tradicional até o mais exclusivo, investindo-se também em edições ilustradas e voltadas ao público infantil, utilizando, por exemplo, a literatura de Cordel como base. Além disso, podem ser desenvolvidos projetos que estimulam o lançamento de livros de autores locais, reconhecendo, assim, a cidade como terra de romancistas.

Disponibilizar no comércio o livro 'Inocência', de Visconde de Taunay;

Trabalhar edições comemorativas do livro, com capas exclusivas e ilustrações desenvolvidas por artistas plásticos e desenhistas, além de releituras voltadas ao público infantil.

## Ideias e Inspirações

### O romance inspirando produtos e sabores

A temática “romance”, aliada a outros elementos da obra “Inocência”, podem inspirar a elaboração de diversos produtos e souvenirs. As imagens ao lado, geradas por inteligência artificial, são exemplos de como explorar esses elementos, como bonecas da personagem do livro, pelúcias de borboletas ou animais locais, xícaras e outros utensílios temáticos, camisetas e vestuário com estampas e frases relacionadas, além de produtos comestíveis considerados românticos e nostálgicos, como maçãs do amor, pipocas, sorvetes e doces diversos. Explorar formas criativas de vender esses produtos, como máquinas grua para pegar pelúcias, também geram atratividade à população local e aos visitantes.

Criar produtos inspirados na temática “romance” e no livro, como bonecas, pelúcias e vestuário com o nome da cidade; Comercializar produtos comestíveis românticos e nostálgicos, como maçãs do amor, doces, sorvete e pipoca.





## Ideias e Inspirações

### Arte e artesanato feitos em papel

O papel, importante matéria prima que faz parte do desenvolvimento econômico de Inocência, pode ser trabalhado em diversos produtos artesanais com grande significado. Uma das técnicas amplamente difundidas são produtos e esculturas feitas em papel machê, que é uma mistura de papel picado embebido em água, cola e gesso, que geram uma massa maleável para uso em peças artesanais (as imagens ao lado, à esquerda, mostram elementos feitos desse material). Outros usos possíveis são dobraduras e esculturas feitas de papel de diferentes gramaturas, como mostram as imagens ao lado, à direita. Portanto, o papel pode ser matéria prima para a elaboração de diversos produtos locais, que tenham como temática elementos do posicionamento e possuam grande apelo estético.

Usar o papel em seus diferentes formatos na elaboração de produtos artesanais; O papel machê e papéis em diferentes gramaturas ajudam nesse processo.

## Ideias e Inspirações

### Produtos customizáveis e “faça você mesmo”

O papel também apoia a liberdade e a maleabilidade no desenvolvimento de produtos criativos. A ideia aqui é que possam ser pensados produtos customizáveis, ou seja, que os visitantes possam mudar ou alterar suas características, personalizando-os, além de produtos interativos (como o exemplo ao lado, da baleia, que se movimenta ao puxar o cordão).

Uma forma de fazer isso é permitindo que o visitante possa fazer seu próprio “personagem”, montando digitalmente um boneco com suas características que poderá ser impresso e recortado (conforme o exemplo ao lado), além de outros produtos, como personagens do livro para recortar e colar, animais da fauna local e jogos interativos para crianças.

Desenvolver produtos customizáveis para recortar e colar, usando o papel;  
Produzir jogos, animais e personagens interativos em papel voltados ao público infantil.







Eixo Experiências

Projeto Estratégico

# Novas Atratividades

*“Atrações para todas as idades, gostos e expectativas”*

## O que é?

*Novas atrações são espaços que podem ser concebidos na cidade com o intuito de atrair visitantes e entreter a população local.*

As atrações propostas para Inocência levam em conta o seu slogan “Onde o Romance sai do Papel”, enaltecendo o romance escrito por Visconde de Taunay e o desenvolvimento da indústria da celulose.

Nesse sentido, essas atividades devem ser únicas, encantar e entusiasmar os visitantes e moradores locais, seguindo a temática proposta. Entre as atrações que a cidade pode desenvolver estão: a criação de espaços temáticos voltados ao papel; o desenvolvimento de casamentos em espaços naturais e fazendas históricas; ter um espaço que enalteça a memória do autor do livro ‘Inocência’ e demais romances de destaque mundial, além do desenvolvimento de cafés com atmosfera romântica e convidativa, perfeitos para o encontro de casais e para despertar a criatividade de escritores.



# NOVAS ATRATIVIDADES



## Como é?

### Estímulos para atrair visitantes e proporcionar lazer ao público local

As atividades propostas buscam trabalhar o posicionamento por meio da criação de museu, instalações com papel, realização de casamentos e desenvolvimento de novos negócios gastronômicos. O intuito é promover atividades culturais e de lazer para a população local, além de criar atrações capazes de encantar o público externo. Novas propostas podem ser pensadas além das cidades, dando preferência a temáticas que fortaleçam o posicionamento.

### Atividades que promovem o desenvolvimento de novos negócios

O intuito das propostas é também estimular a abertura de novos mercados como forma de gerar desenvolvimento e renda à população local.

Um exemplo disso é o desenvolvimento de eventos sociais (casamentos ou bodas) no município, eventos diretamente ligados à temática do “romance”, estimulando a criação de uma cadeia inteira voltada a esse segmento.

## O que fazer?

### Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A cidade de Inocência precisa ampliar o conjunto de atratividades turísticas que possui hoje. Isso é importante para aumentar o número de visitantes que recebe e atender a diferentes tipos de públicos e gostos. Um grande esforço coletivo de mapeamento de possíveis novos atrativos na cidade deve ser feito, registrando propriedades, empreendimentos e atores locais aptos a implementar novos pontos turísticos. Esse é um trabalho lento, mas que deve ser organizado e articulado pela comunidade e seus gestores. Um exemplo a ser seguido é a cidade de Gramado – RS, que levou 40 anos para atingir o patamar de turistas que recebe hoje e converter-se em uma das cidades mais visitadas do Brasil.

### Quem deve se envolver?

Iniciativa privada, trade turístico local, empreendedores e investidores, associação comercial da cidade e donos de áreas disponíveis para a implantação destes empreendimentos.

## CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

### 1. Mapear o perfil dos visitantes desejados

Há incontáveis tipos de turistas. Qual é o público-alvo que Inocência deseja atrair?

### 2. Planejar um portfólio de atrações

É preciso ter uns 10 bons atrativos para que o turista permaneça 3 ou 4 dias na cidade.

### 3. Atrair novos empreendimentos

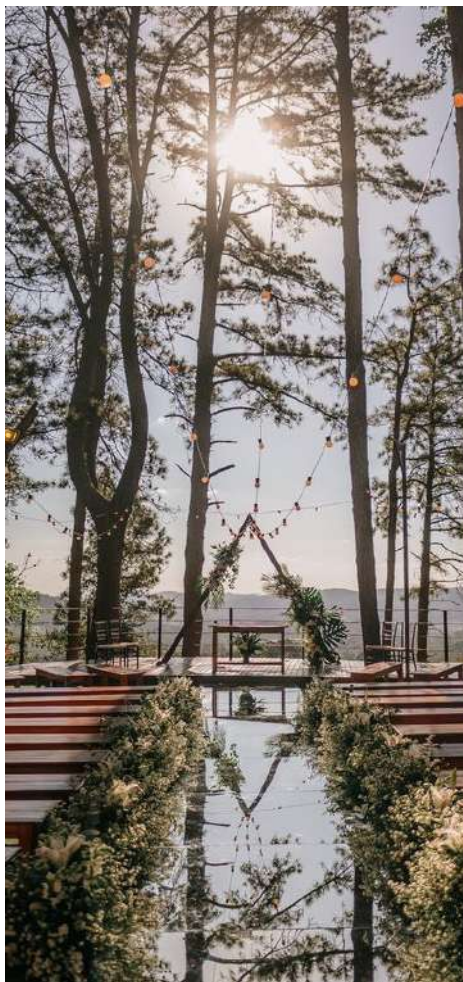
Há várias franquias e entretenimentos que podem ser atraídos para a cidade.

### 4. Qualificar as atrações existentes

Todas as atrações locais precisam atingir um padrão de qualidade alto, belo e divertido.

### 5. Implementar atração de grande impacto

É preciso ter um atrativo que consiga despertar a curiosidade de muitas pessoas.



## Ideias e Inspirações

### Tem que dar casamento!

Todo mundo deseja que um bom romance termine com um final feliz, e finais felizes podem ser sinônimo de casamento. Esse momento tão importante para os casais apaixonados pode ser ainda mais especial se tiver um bom cenário. Neste sentido, Inocência pode oferecer espaços voltados à celebração do matrimônio em ambientes naturais, como campos e cachoeiras, além do possível aproveitamento das florestas de eucalipto provenientes da indústria de celulose. Ainda, construções históricas e fazendas antigas também são ótimos cenários para essas celebrações. O estímulo deste tipo de atratividade apoia a criação de novos negócios, como serviços de buffet, hospedagem, floriculturas e decoração de festas, entre outros relacionados a este segmento.

Disponibilizar espaços para a realização de casamentos em ambientes naturais e históricos;

Isso estimula a abertura de novos negócios voltados ao segmento de eventos sociais.

## Ideias e Inspirações

### O Museu do Romance

O intuito dessa proposta é a construção de um Museu do Romance, onde a época em que foi escrito o romance 'Inocência', por Visconde de Taunay, pudesse ser representada através de objetos, elementos e cenários (como os casarões históricos), além de registros originais deixados pelo autor (caso existam). Este Museu também poderia ter atividades interativas e recursos audiovisuais atuais, além de homenagear romances aclamados no Brasil e no mundo. Esta também é uma forma de manter vivo o legado deixado pelo autor junto à população local, além de ser uma atratividade interessante aos visitantes.

Construir um Museu do Romance, que traga elementos da época em que o romance 'Inocência' foi escrito, além de outras obras brasileiras do gênero;  
Implementar atividades interativas e recursos audiovisuais para agregar valor na experiência do visitante.





## Ideias e Inspirações

### Um Universo de Papel

A proposta dessa atração temática é criar um Universo de Papel, incluindo um mundo em miniatura, com cenários e personagens famosos recriados em escala menor feitos de papel. Este espaço temático pode ser uma atração perfeita para o público familiar, onde a história do surgimento do papel pode ser contada de forma interativa e inusitada. Neste espaço lúdico, além das maquetes em papel, é possível também explorar cenários bidimensionais com paisagens locais ou famosas do mundo para fotos, além de imagens e pinturas que dão a sensação de tridimensionalidade. Junto a esse universo, pode-se propor oficinas para a confecção de brinquedos e objetos em papel.

Criar um Universo do Papel, com um mundo em miniatura, história do papel e painéis para fotos e cenários instagramáveis; Ofertar oficinas para a confecção de brinquedos, desenhos e objetos em papel.

## Ideias e Inspirações

### Tem que ter um gostinho especial

Muitas cidades românticas mundo a fora contam com cafeterias que se tornam pontos de referência para casais apaixonados, além de também serem locais escolhidos por escritores no desenvolvimento de suas obras. Ofertar ambientes nessa linha, com atmosfera romântica e inspiradora, torna-se importante para a oferta de uma boa experiência. Atrelar cafeterias a outros serviços, como antiquários, livrarias e espaços para venda do artesanato local, também são possibilidades de complementar a experiência. Criar áreas externas no local para a contemplação da natureza e realização de piqueniques é outro diferencial que pode contribuir para o lazer da população local e o encantamento dos visitantes.

Estimular a abertura de cafeterias com atmosfera romântica e inspiradora; Atrelar esse ambiente a antiquários, livrarias e venda do artesanato local, além de áreas verdes para piqueniques.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

# Imersão e Vivência

*“Experiências autênticas e descobertas  
memoráveis”*

## O que é?

*Imersão e vivência é aquele tipo de experiência turística diferente, que oferece ao visitante uma jornada única pelo local que está sendo visitado, explorando não apenas pontos de interesse, mas também a cultura e as tradições locais em interações significativas, tornando a estadia no local inesquecível e transformadora.*

Para a cidade de Inocência são sugeridas atividades de imersão e vivência que estejam diretamente ligadas ao sentimento do amor, ao gosto pela literatura e também ao estímulo à criatividade que um papel em branco pode proporcionar, instigando a imaginação de crianças e adultos em atividades lúdicas e nostálgicas ao mesmo tempo. Desta forma, os visitantes de Inocência são contagiados pelo amor e a atmosfera do romance e convidados a viverem experiências inusitadas e especiais ao confirmarem seus votos, e também, a voltarem aos tempos de infância e ‘tirar do papel’ suas ideias mais mirabolantes.



# IMERSÃO E VIVÊNCIA



## Como é?

### Experiências imersivas, românticas e literárias

O desenvolvimento de experiências voltadas a casais, como pedidos de casamento e renovação de votos, além de outras experiências inspiradas na literatura, são oportunidades do visitante experimentar com profundidade temáticas importantes do posicionamento e da cidade.

### A cultura e o aprendizado também são protagonistas

Nem só de amor deve viver Inocência e é por isso que os visitantes também devem ser convidados a explorar a sua criatividade e imaginação em uma imersão no universo do papel, com atividades que agucem essa habilidade em adultos e crianças, seja por meio de desenhos e dobraduras ou compreendendo mais sobre a fabricação do papel de forma prática, acompanhando todos os processos que fazem a celulose se transformar em folhas. Essas oficinas de imersão podem ser desenvolvidas pela indústria de celulose local.

## O que fazer?

### Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Deve-se planejar e organizar todos os tipos de imersão e vivência possíveis neste município. Isso inclui opções culturais, naturais, de lazer, oficinas e práticas locais.

O público-alvo desejado é aquele que busca fugir dos grandes centros e da vida corrida que acontece neles.

Por isso, deve-se planejar roteiros e programas que desconectem os turistas de suas vidas mais urbanas. Tais programas devem conseguir alcançar diferentes tipos de públicos, não apenas os aventureiros, mas também famílias inteiras, crianças, idosos, casais, escolas, pesquisadores e lgbtqiapn+, entre outros. Soma-se a esse grupo aquelas pessoas que buscam bem-estar e autocuidado.

### Quem deve se envolver?

Proprietários de áreas rurais, trade turístico local, empreendedores que possam transformar seus negócios em oficinas e também poder público.

## CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

### 1. Mapear locais para imersões culturais

Deve-se mapear todos os locais da cidade aptos para receber turismo de experiência.

### 2. Estruturar atividades turísticas

Propor atividades autênticas ligadas a datas comemorativas, eventos e turismo para famílias.

### 3. Criar oficinas das práticas locais

Deve-se ofertar cursos e oficinas para capacitar visitantes com os saberes locais.

### 4. Planejar roteiros e deslocamentos

Deve-se organizar roteiros pelas imersões ofertadas no município e transporte.

### 5. Disponibilizar campings e glampings

Deve-se oferecer espaços de hospedagem para quem desejar uma imersão completa.



## *Ideias e Inspirações*

### **Promover um Sarau Literário Imersivo**

Para que os visitantes de Inocência possam vivenciar o universo literário promovido pelo romance de Visconde de Taunay, é preciso criar experiências únicas e inesquecíveis, como um sarau literário imersivo, que pode ser realizado em um casarão histórico da cidade, lembrando o período em que o livro 'Inocência' foi escrito. Durante o Sarau, podem acontecer aparições de personagens do livro e a dramatização de trechos importantes da obra, além de um jantar temático com pratos regionais ou que façam parte da narrativa, transportando o participante ao passado e inspirando uma noite diferente e temática. Esta vivência também pode ser adaptada ao público infantil e jovem, como forma de criar fluxo escolar anual e contínuo no município.

Promover um Sarau Literário Imersivo, em homenagem ao romance do autor, que também pode ser adaptado ao público jovem e infantil.

## Ideias e Inspirações

### Explorando os 'Caminhos de Taunay'

Logo nas primeiras páginas de 'Inocência', o livro apresenta uma descrição minuciosa da paisagem e do aspecto local que Visconde de Taunay encontrou ao chegar no município. Neste sentido, a proposta dos "Caminhos de Taunay" busca evidenciar estes pontos observados pelo autor a partir de roteiros incluindo locais e costumes citados pelo autor, como paisagens, casarões antigos e culinária típica de fazenda, entre outros. Exemplos de locais que já exploram temáticas semelhantes são a cidade de Itabira, em Minas Gerais, que é a terra do poeta Carlos Drummond de Andrade, assim como o Vale do Côa, em Portugal, que desenvolveu a rota "A Viagem do Elefante", inspirada na obra de José Saramago.

Desenvolver roteiros pelos caminhos trilhados em Inocência por Visconde de Taunay;  
Incluir pontos de interesse para fotos e degustação da culinária local;  
Mirantes podem ser implementados em alguns pontos do caminho.





## *Ideias e Inspirações*

### **Ser palco para a renovação de votos e pedidos inesquecíveis**

Inocência pode se tornar uma cidade símbolo da confirmação e renovação do amor de muitos casais. Para que esses momentos sejam memoráveis, é possível desenvolver propostas originais e que se destaquem de outros destinos voltadas a esse público. Opções nesse sentido são serviços especializados que ajudem a estruturar essas experiências em ambientes naturais, como durante um pôr do sol, em barcos iluminados flutuando sobre lagos, experiências montadas em florestas de eucaliptos e até mesmo durante um passeio de balão. A futura atmosfera romântica da cidade também pode ajudar Inocência a se tornar um destino perfeito para esse momento.

Ofertar serviços especializados voltados a experiências para casais, como pedidos de casamento e renovação de votos;  
Propor frequentemente novas experiências inovadoras e temáticas nessa área.

## Ideias e Inspirações

### Experiências lúdicas e didáticas com papel

Experiências e imersões voltadas ao papel são importantes para conectar a população local com essa matéria-prima tão representativa para a economia do município, bem como estimular a criatividade de visitantes em diferentes atividades. As possibilidades nesse sentido são oficinas para a elaboração de artefatos, brinquedos e origamis em papel, além de atividades de desenho e pintura, de forma individual e coletiva. Outra possibilidade é uma parceria com a multinacional Arauco para ofertar um roteiro sobre a fabricação do papel (na teoria e na prática), seja dentro da indústria ou em espaços promovidos pela empresa específicos para essa atividade.

Desenvolver oficinas para a produção de brinquedos e origamis em papel;  
Parceria com a Arauco na promoção de vivências sobre a fabricação do papel;  
Realizar concurso para usos criativos do papel.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

# Eventos Temáticos

*“Um calendário repleto de  
muito entretenimento”*



## O que é?

*Este projeto traz recomendações para a criação de novos eventos que mantenham o ecossistema turístico em movimento.*

Os eventos temáticos pensados para a cidade de Inocência tem como objetivo beneficiar os diversos setores econômicos que estão ligados ao turismo, como hospedagem, gastronomia, comércio local, artesãos e serviços gerais, entre outros direta ou indiretamente contemplados com a realização de festividades, encontros, feiras e demais atrações desse segmento.

Outro ponto crucial é a materialização e reforço do posicionamento de Inocência, com propostas de eventos que visam aumentar a visibilidade da cidade como destino para casais, especialmente em datas comemorativas, além de um destino para famílias (como durante o Dia das Crianças), entre outras oportunidades.

A realização de diferentes tipos de eventos tem como intuito trazer a diversidade de público necessária para manter a cidade movimentada e permitir que os segmentos ligados ao turismo se desenvolvam com constância.



# EVENTOS TEMÁTICOS



## Como é?

### Consolidar eventos existentes e promover novos eventos

Os eventos precisam atrair pessoas ao município e repercutir de forma positiva o posicionamento escolhido, envolvendo o romance e o papel. Para que isso aconteça, é preciso consolidar eventos existentes, além de criar novas atrações neste segmento, com foco em atrair diferentes públicos. Atualmente, Inocência não possui eventos de grande porte, capazes de atrair um grande volume de pessoas, ponto de que deve ser revisto.

### Gerar orgulho e pertencimento aos locais e atrair novos públicos

Os eventos também precisam contemplar o público local e gerar sentimentos de orgulho e pertencimento, ao mesmo tempo em que são atrativos ao público externo.

Envolver a comunidade na elaboração e realização dos eventos do município é uma boa forma de conseguir o apoio da população. É preciso mostrar o retorno econômico e midiático que estas atividades geram para a cidade.

## O que fazer?

### Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A organização de eventos, como um festival, cerimônia, competição, festa, convenção, entre outros, é um processo longo que demanda planejamento. A preparação de eventos inclui orçamentos, definição de datas e datas alternativas, a seleção e reserva do local do evento, aquisição de licenças e coordenação do transporte e estacionamento. Também inclui as seguintes atividades: desenvolvimento do tema ou assunto central, provimento de oradores e som, apoio à coordenação local (como eletricidade e outros utilitários), organização de decoração, apoio ao evento e segurança, alimentação, policiamento, bombeiros, sanitários, estacionamento, sinalização e planos de emergência.

### Quem deve se envolver?

Poder público, representantes da comunidade, lojistas e possíveis patrocinadores da iniciativa privada, como empresas e produtoras do segmento de shows e eventos.

## CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

### 1. Mapear eventos existentes na região

Detectar os principais eventos que já ocorrem na região e que atraem um bom público.

### 2. Propor novas opções de eventos

Analisar o contexto para identificar eventos promissores com vocação local.

### 3. Organizar calendário anual de eventos

Distribuir todos os eventos da cidade em um calendário anual, evitando sazonalidade.

### 4. Planejar como um ecossistema

Definir responsáveis, recursos, estética visual, programação, público-alvo, datas e horários etc.

### 5. Promover e incentivar sua divulgação

Planejar a comunicação para que cada evento seja notícia antes, durante e depois de ocorrido.

# EVENTOS TEMÁTICOS



## Ideias e Inspirações

### O Dia dos Namorados precisa ser comemorado!

O dia dos namorados precisa ser uma data comemorada de modo especial em Inocência, visto seu posicionamento envolvendo o romance. Dessa forma, a promoção de eventos e atividades especiais para casais realizarem juntos é uma boa opção, como corridas em dupla, que podem ser realizadas anualmente no mês ou no dia dos namorados. Jantares com oficinas gastronômicas para casais também são atrativos, além de experiências únicas e inusitadas feitas somente nessa data, com a oferta de uma nova experiência a cada ano. Um exemplo nessa linha é o 'Dinner in the Sky', ou 'Jantar nas Alturas', que consiste em uma mesa suspensa sustentada por uma grua, onde os visitantes vivenciam uma experiência gastronômica e de contemplação da paisagem local.

Realizar eventos especiais para casais no Dia dos Namorados;  
Propor experiências inusitadas.

## *Ideias e Inspirações*

### **O Dia das Crianças também!**

Outro dia especial que pode ganhar destaque em Inocência é o Dia das Crianças. Tendo como temática o universo lúdico que o papel pode oferecer, podem ser criadas gincanas e competições divertidas, como arremesso de aviões de papel ou uma corrida de barcos de papelão, como acontece na cidade de Cambrigde, na Inglaterra, que promove uma competição náutica de barcos criativos e coloridos feitos desse material. Podem ser realizados também acampamentos temáticos voltados ao público infantil com diferentes atividades, além de shows, apresentações teatrais e sessões de cinema promovidas a esse público na cidade. O foco é atrair anualmente, nessa data, famílias em busca de diversão.

Realizar atividades com papel no Dia das Crianças, como construção de pipas e origamis de papel;  
Promover outras atividades nesta data para atrair famílias e públicos de nicho.





## *Ideias e Inspirações*

### **A retomada da cavalgada “Caminhos de Taunay”**

Um evento que pode ser retomado, aliado ao roteiro proposto em *Imersão e Vivência* de mesmo nome, é a cavalgada ‘Caminhos de Taunay’. A realização deste evento pode atrair visitantes interessados na literatura, além de um público que goste de atividades equestres. A partir da retomada do evento e da rota estabelecida, é possível trilhar os principais pontos percorridos pelo autor, que também era engenheiro militar e lutou na Guerra do Paraguai, informações que podem ser exploradas ao longo da cavalgada.

Retomar a cavalgada ‘Caminhos de Taunay’, a ser realizada pelos caminhos desbravados pelo autor;

É possível promover a cavalgada juntamente com o roteiro proposto em *Imersão e Vivência*;

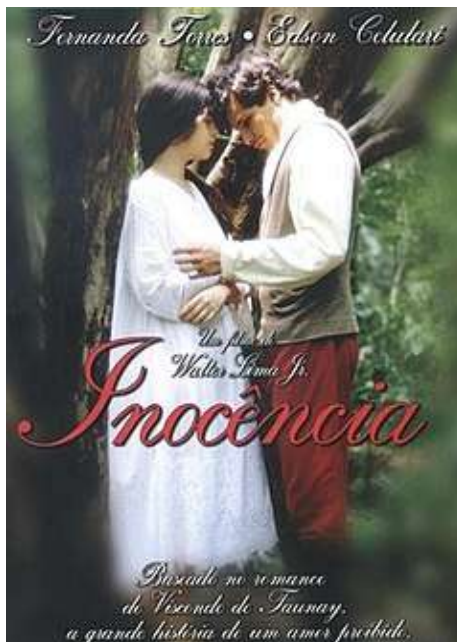
Desenvolver camisetas e bandeiras do evento.

## Ideias e Inspirações


### Tem que ter uma sessão de cinema especial

O livro 'Inocência' teve sua adaptação para as telas em 1983, pelas mãos do diretor Walter Lima Jr. O elenco contava com nomes conhecidos do audiovisual brasileiro, como Fernanda Torres, Edson Celulari e Chico Diaz. Portanto, é possível criar um evento de recorrência anual para a exibição comemorativa do longa, com o intuito de lembrar a produção inspirada nos cenários e na cultura local. A exibição pode acontecer em um ambiente inusitado, como uma praça ou um espaço a céu aberto na cidade. Esse tipo de atração também pode ser recorrente e promover outros filmes do gênero romance, além da realização concomitante de festas temáticas sobre os temas.

Ter um evento anual para a exibição do filme 'Inocência' em espaços a céu aberto;  
Promover outros filmes do gênero romance e realizar festas temáticas juntamente com as sessões.







# Projetos Complementares

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

# Rua de Referência

*“Explorando a essência da cidade  
passo a passo”*



# RUA DE REFERÊNCIA



## O que é?

*Este projeto propõe uma rua que seja emblemática e representativa da cultura local. É aquele lugar encantador e convidativo para se descobrir e retornar várias vezes, pois promove uma conexão autêntica entre pessoas e cidade.*

Explorar ruas para pedestres na cidade tem se tornado uma tendência global para promover interação e movimento nas áreas urbanas. Essa transformação não apenas fortalece o comércio local, mas também oferece espaços convidativos para moradores e visitantes. Inspirados por locais como La Rambla em Barcelona, centros históricos vêm passando por renovações para priorizar os pedestres. Converter um trecho em um 'boulevard charmoso' pode não apenas impulsionar o comércio, mas também criar novas dinâmicas sociais e urbanas. Com um conjunto diversificado de estabelecimentos e calçadas convidativas, essa transformação reflete um ambiente seguro, fruto de uma gestão urbana atenciosa.

## Como é?

### Cheia de vitalidade e produtos locais

A rua de referência se destaca como um verdadeiro ícone da localidade, reunindo beleza, vitalidade, serviços e uma localização privilegiada. Para criar um ambiente atrativo e dinâmico, é crucial contemplar diversos elementos-chave. O cenário cultural se torna um destaque ao priorizar lojas de artesanato e produtos locais, transformando o ambiente em um espaço culturalmente ativo e enriquecedor. Além disso, a vida urbana se torna pulsante com artistas de rua, quiosques e bares.

### Um cenário atraente e inesquecível

Junto a isso, o passeio ao ar livre ganha um papel relevante, com paisagismo que torna o ambiente acolhedor e agradável, convidando à exploração e à permanência. Por fim, a localização estratégica confere a rua um status obrigatório para todo visitante que chega a cidade, sendo o início da experiência local. Assim a rua de referência se torna uma amostra do que a cidade possui de melhor em todos os sentidos.



## CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

### *1. Delimitar o trecho de ação*

Definir a extensão que receberá esta intervenção, como uma ou duas quadras.

### *2. Engajar a comunidade*

Realizar consultas públicas para envolver os atores locais na tomada de decisões.

### *3. Projetar com os melhores*

Lançar em parceria com o CAU/MS um concurso nacional de projeto de revitalização desta rua.

### *4. Mapear e articular o mix*

Estabelecer incentivos que encorajem a participação de pequenos negócios e investidores locais.

### *5. Fomentar a cultura local*

Trazer artistas, promover feiras e eventos para garantir vitalidade e dinamismo urbano.

## *O que fazer?*

### **Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais**

No processo natural do desenvolvimento urbano, uma rua geralmente passa por mudanças ao longo de décadas. Contudo, com um planejamento intencional, é possível acelerar essa transformação. Apresenta-se cinco orientações para remodelar essa rua, cada uma demandando um plano específico para alcançar êxito.

A participação ativa da comunidade é essencial. Envolvendo os residentes desde o início, valida-se não só os resultados, mas também insere-se essa iniciativa em um movimento mais amplo de mudança urbana. Essa integração não apenas legitima os propósitos, mas também fortalece os vínculos locais, impulsionando uma transformação inclusiva na cidade.

### **Quem deve se envolver?**

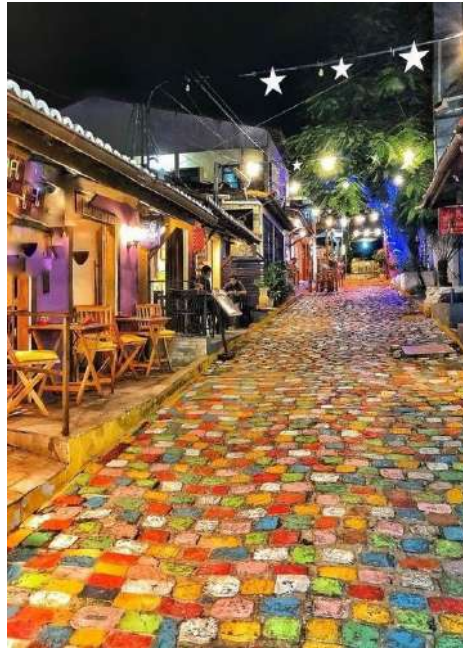
Poder público, empreendedores e pequenos negócios locais, além de associações comunitárias, dos moradores desta rua e integrantes do trade turístico local.

## Ideias e Inspirações

### Tem que ser uma rua bonita de se ver

Uma rua de pedestres encantadora não se limita à funcionalidade, ela deve ser um convite à experiência urbana. A combinação de calçadas personalizadas, paisagismo com flores, mobiliário urbano e iluminação noturna realça a arquitetura e a paisagem, transmitindo segurança. Este cenário deve ser o palco onde as histórias acontecem e se desenrolam as interações humanas e a autenticidade da vida urbana. Essa estética fomenta a vitalidade da cidade, criando um ambiente acolhedor e interativo para moradores e turistas.

Calçada artística e com identidade;  
Iluminação especial, com energia limpa;  
Mobilidade: patinetes e bikes compartilhados, além de estações de suporte para ciclistas;  
Estações de hidratação e água para tereré;  
Sinalização turística criativa e tematizada.





## Ideias e Inspirações

**Articular um conjunto variado, autêntico e encantador de comércio e serviços**

Uma rua que se destaca para os turistas é aquela que proporciona uma ampla gama de serviços e lojas interessantes ao longo de um percurso agradável para se caminhar. Os locais de maior destaque normalmente se fundamentam na variedade comercial, oferecendo produtos diferenciados, uma autêntica experiência gastronômica, entretenimento (como apresentações musicais ao vivo), infraestrutura acessível, incluindo bancos, lixeiras e uma boa iluminação, eventos sazonais, atividades culturais e serviços de apoio e limpeza constante.

Cafés e bares com mesas e cadeiras na rua;  
Lojas de artesanato e produtos locais;  
Artistas e músicos regionais se apresentando diariamente ou em finais de semana;  
Antiquários e comércio de raridades;  
Feiras de rua, com temáticas diversas.

## Ideias e Inspirações

### Atenção ao público jovem e infantil

A renovação desse espaço urbano deve abranger todas as idades e características, incluindo jovens e crianças. Uma melhoria completa requer a consideração do público infantil, o que implica na necessidade de uma infraestrutura apropriada. Áreas recreativas são fundamentais para cativar não apenas os mais novos, mas também seus pais, influenciando na escolha de visitar e retornar ao local. Dado o clima quente do Mato Grosso do Sul, a introdução de elementos aquáticos nessas intervenções poderia ser uma adição especialmente atrativa. O fator acessibilidade deve ser considerado também na qualificação local.

Pistas de texturas diversas e coloridas;  
Reproduções de equipamentos para escalar e se divertir;  
Praça com brinquedos interativos e sensoriais com acessibilidade;  
Piso e brinquedos de SplashPad;  
Fontes interativas de água e luz.





# RUA DE REFERÊNCIA



## Ideias e Inspirações

### A rua que é um destino por si só

Ruas de pedestres encantadoras tornaram-se destinos turísticos imperdíveis, oferecendo uma visão concentrada da cultura local. Esses trajetos a pé são programas de passeio ideais, permitindo que os visitantes absorvam a essência da cidade em um curto percurso, fotografando as paisagens locais, experimentando a gastronomia local etc.

Muitas cidades exploram essas áreas como paradas obrigatórias, proporcionando uma experiência cultural completa em um trajeto caminhado. A Rua Direita (Ouro Preto, MG), a Rua Coberta (Gramado, RS) e a Rua do Mucugê (Arraial d'Ajuda, BA) são bons exemplos disso.

Oferece uma mostra da cultura local ao turista, encantando-o;  
É o primeiro passeio que se faz ao chegar, logo precisa ser bela e muito bem planejada para receber e acolher;  
Esta rua irradia a renovação urbana.

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

# Hospedagem e Estadia

*“Melhorando o que existe e inovando  
na oferta de acomodações”*





## O que é?

*Este projeto traz orientações para diversificar, ampliar e aprimorar as opções de hospedagem*

A hospedagem desempenha um papel crucial na experiência de um visitante, por isso, merece atenção cuidadosa e estratégica. É essencial aprimorar as opções atuais de estadia, não apenas com pacotes e promoções, mas também qualificando os ambientes disponíveis. Investir em melhorias estruturais e serviços é essencial para oferecer experiências mais completas e positivas a quem frequentar a cidade, independentemente do perfil deste público. Além disso, criar novas alternativas de hospedagem em ambientes naturais também pode atrair diferentes perfis de viajantes, especialmente os que buscam opções em plataformas como Airbnb, TripAdvisor e Booking. Oferecer espaços temáticos, ou mesmo isolados para quem busca tranquilidade, pode promover uma atratividade diferente da oferta da região, além dos tradicionais hotéis e pousadas.

## Como é?

### Qualificando o que já existe

Deve-se aprimorar os hotéis existentes na cidade para oferecer experiências mais abrangentes aos visitantes, adaptando os programas com base no público de interesse. A disponibilização de serviços de spa e relaxamento, transporte gratuito para destinos turísticos remotos, facilitação de reservas de atividades, tematização de fachadas, ambientes e quartos com criatividade e criação de pacotes especiais com ingressos locais enriquecem a estadia dos hóspedes e são diferenciais que contribuem para esse tipo de oferta.

### Criando novas opções

É possível diversificar as opções de estadia na cidade e arredores, com foco na experiência do visitante. Para isso, soluções como glampings para acampamentos mais luxuosos, campings para imersão ao ar livre, pousadas temáticas inspiradas em filmes e refúgios na natureza, como cabanas isoladas, são boas opções que agradam e atraem diferentes tipos de público para a cidade.



## CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

### *1. Mapear e tematizar*

Criar propostas de hospedagem alternativas em locais em potencial, com temáticas atrativas ao visitante.

### *2. Diversificação e acesso*

Propor novas opções de hospedagem alinhadas ao território, podendo privilegiar locais naturais.

### *3. Profissionais criativos*

Contratar arquitetos/designers experientes, que façam propostas alinhadas ao público desejado.

### *4. Padrão e reputação*

Estabelecer o padrão de qualidade com vistorias regulares para construir boa reputação.

### *5. Divulgação eficiente*

Promover os estabelecimentos em plataformas digitais com material visual de qualidade.

## *O que fazer?*

### **Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais**

Elaborar estratégias é essencial para aprimorar a qualidade das opções de hospedagem. Não basta apenas melhorar os estabelecimentos existentes, é importante inovar e propor novas alternativas. Independentemente dos objetivos específicos de cada município com seu posicionamento, os meios de hospedagem são um dos principais pontos de contato com visitantes externos, e por isso devem ser cuidadosamente pensados e aprimorados, como forma de atrair novos visitantes e fidelizar aqueles que usufruem dos serviços ofertados. Para isso, a elaboração das propostas deve contar com profissionais criativos, estabelecer padrões de excelência e investir em divulgação eficiente nas plataformas online disponíveis.

### **Quem deve se envolver?**

Poder público, iniciativa privada, empreendedores do setor de hotelaria e moradores interessados em disponibilizar este tipo de serviço.

## *Ideias e Inspirações*

### **Pousadas temáticas, que podem estar alinhadas às diretrizes do posicionamento**

As pousadas são locais de estadia que transcendem o padrão convencional, valorizando a experiência estética. Esses destinos são destacados em plataformas de hospedagem, atraindo um nicho de turistas colecionadores de estadias únicas. Refúgios temáticos excêntricos, às vezes como cenários de filmes de ficção, cativam visitantes em busca de experiências especiais e estimulam a imaginação do público. A Casa Hobbit (Jundiaí, SP), a Casa da Árvore da Pousada Lendas do Capão (Palmeiras, BA) e Pipas de Araras (Araras, RJ) são referências importantes.

Pensar em experiências autênticas e únicas;  
Criar imersão total em uma temática;  
Decorar com originalidade, criatividade e coerência com a temática;  
Encantar pelo visual e atmosfera;  
Criar verdadeiras atrações turísticas.





## *Ideias e Inspirações*

### **Microcasas e refúgios na natureza**

Um refúgio traz uma abordagem similar ao glamping, porém com uma distinção fundamental, pois esta oferta contempla poucas ou apenas uma unidade. Microcasas são estruturas simples, porém com alto conforto e valor arquitetônico, destacando-se em plataformas de hospedagens com alta demanda e tarifas consideráveis. É comum encontrá-las em locais remotos da natureza, distantes de serviços, visando a desconexão e o isolamento, proporcionando arquitetura diferenciada e acesso a paisagens exclusivas e deslumbrantes. A Cabana Frame (MG) e o Chalé em Anitápolis (SC) são exemplos inspiradores.

Primar por exclusividade em ambientes isolados e relaxantes;  
Espaço compacto com comodidades práticas, acessíveis e confortáveis;  
Localização remota integrada à natureza;  
Paz e tranquilidade longe da cidade.

## *Ideias e Inspirações*

### **Glamour + Camping = Glamping**

Glamping é a junção de “glamour” e “camping” e oferece acomodações mais confortáveis que barracas tradicionais, como cabanas, trailers ou domos. Proporciona camas confortáveis, mobiliário e comodidades, como banheiros privativos, energia ecológica e estruturas sustentáveis, minimizando os impactos ambientais. Oferece uma experiência de acampamento mais luxuosa que o normal, ideal para quem busca conforto e convívio próximo a natureza. O Parador Casa da Montanha (Cambará do Sul, RS) e Tedesco EcoPark (São Francisco de Paula, RS) são referências importantes nesse segmento de hospedagens.

É visto como opção de alto valor agregado;  
Permite grande diversidade de formatos;  
Ideal para estadias no meio da natureza;  
Combina o rústico com o sofisticado;  
Proporciona experiência imersiva e exclusiva que tornam-se memoráveis.







## Ideias e Inspirações

### Veículos adaptados

Esse tipo de acomodação explora a estadia em veículos adaptados para dormitórios. Oferece uma alternativa mais confortável ao camping tradicional, proporcionando surpresa e originalidade em cada proposta. Nesse estilo, há trailers, furgões, ônibus, barcos, trens e até aviões. A atração principal é a experiência única, permitindo contato íntimo com a natureza e em áreas rurais. Para os empreendedores, a flexibilidade de expandir conforme a demanda, adquirindo mais veículos adaptados, é um atrativo adicional. Ônibus de Águas de São Pedro (SP) e Zíngara KombiHome (MG) são exemplos inspiradores.

Mobilidade para estadias diferenciadas;  
Experiência única em acomodações singulares e instagramáveis;  
Originalidade e surpresa em cada proposta;  
Proximidade com a natureza;  
Adaptação flexível conforme demanda.

Eixo Hospitalidade

Projeto Complementar

# Jornada Gastronômica

*“Despertando o interesse por sabores  
locais e restaurantes típicos”*





## O que é?

*Este projeto traz orientações para explorar a autêntica culinária local e transformá-la em experiência única*

Além de um lugar para se hospedar, todo viajante precisa também se alimentar. Se isso puder ser feito explorando aspectos autênticos do lugar, é quase certeza de uma experiência inesquecível. A relevância da gastronomia para o turismo reside na oferta de iguarias regionais nos destinos e restaurantes customizados. Pratos distintos e que só são encontrados ali elevam a região como um atrativo para os amantes da boa comida. Não é por acaso que cidades reconhecidas por suas comidas típicas atraem visitantes interessados neste tipo de consumo específico.

Neste sentido, este projeto enfoca a descoberta da autêntica culinária local, indo além dos restaurantes. Guiar os visitantes por mercados, feiras, propriedades produtoras, degustações e aulas de culinária típica também enriquecem muito a experiência local e traz desenvolvimento para a comunidade anfitriã.

## Como é?

### Qualificando a oferta existente

Deve-se elevar a qualidade dos restaurantes já estabelecidos na cidade para proporcionar experiências gastronômicas mais abrangentes aos clientes. Deve-se introduzir novos menus com opções saudáveis, promover a diversidade culinária, utilizar produtos de fornecedores locais, oferecer serviços de reserva simplificados, investir em ambientes temáticos e criar ofertas especiais que incluam degustações exclusivas para enriquecer a experiência dos frequentadores.

### Destacando a autenticidade local

Deve-se mapear sabores surpreendentes e autênticos da região, enriquecendo a experiência dos visitantes.

Deve-se explorar os ingredientes locais únicos, oferecendo pratos distintos aos clientes. Essa jornada gastronômica gera memórias inesquecíveis mergulhando na cultura local. A orientação profissional é fundamental para valorizar plenamente os sabores e nuances gastronômicos da região.



## CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

### 1. *Diversificar a oferta*

Desenvolver ofertas gastronômicas variadas, alinhadas ao contexto local.

### 2. *Construir histórias*

Criar narrativas gastronômicas com base em tradições locais e elementos naturais.

### 3. *Capacitar pessoal*

Formar chefs e profissionais qualificados para atender à demanda turística dos visitantes.

### 4. *Promover produtos locais*

Estabelecer redes de produtores e promover certificações de sabores regionais.

### 5. *Aproximar para conectar*

Fazer da visita a mercados, feiras e produtores, um passeio gastronômico com roteiro e degustações.

## O que fazer?

### Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Aprimorar a oferta gastronômica é fundamental para realçar os sabores autênticos da região e surpreender o público-alvo. Não se trata apenas de melhorar os restaurantes já existentes, mas de também criar novas experiências culinárias. É necessário construir narrativas únicas, enraizadas nas tradições locais, e investir na formação de profissionais especializados. Além disso, deve-se fortalecer os produtores locais e certificar os sabores regionais, pois promover essas experiências únicas é essencial. Isso atrairá mais viajantes em busca de sabores distintos e genuínos, destacando a singularidade da culinária local. Deve-se também qualificar o momento de degustação, com supressas visuais, artísticas e culturais.

### Quem deve se envolver?

Iniciativa privada, escolas de gastronomia, cadeia de produtores locais, empreendedores do setor alimentício e associações comunitárias locais.

## Ideias e Inspirações

### Mais experiências autênticas

Experiências gastronômicas memoráveis geralmente focam em eventos e vivências exclusivas promovidas junto à natureza, valorizando a tradição e a cultura local. Esta é uma maneira de conectar o turista ao lugar através da comida. Eventos assim podem acontecer em espaços abertos, nas margens de rios, em campings, parques e em outros locais especiais. O fundamental é a valorização dos produtos e produtores locais, garantindo a autenticidade da proposta. A Rota da Cerveja (Blumenau, SC), a Casa da Ovelha (Bento Gonçalves, RS) e a Festa da Tainha (Bertioga, SP), são exemplos inspiradores.

Valorização da produção local. Primar por experiências autênticas e únicas. A comida deve ser a motivação do passeio; Vivência que gera conexão com o lugar; Mais oportunidades aos produtores.





## *Ideias e Inspirações*

### **Terroir: O melhor da região**

O terroir gastronômico expressa a essência de uma região em sabores únicos. Produtos locais agregam cultura à culinária e podem ser adquiridos como recordação. Certificar esses produtos eleva sua reputação, tornando-os reconhecidos nacional e internacionalmente pela autenticidade gastronômica territorial. Em diferentes localidades, é possível encontrar itens emblemáticos, como por exemplo, a Carne de Fumeiro (Recôncavo Baiano), o Pirarucu (Amazônia), o Queijo da Serra da Canastra (Minas Gerais), o Vinho (Vale dos Vinhedos - RS), a Cachaça (Minas Gerais) e os Doces de Pelotas (Pelotas - RS).

Terroir é patrimônio cultural de uma região, valoriza a produção artesanal local; Produtos culinários de alto valor agregado; Usado para cozinhar e presentear; Certificação traz reconhecimento e status.

## Ideias e Inspirações

### Bares e restaurantes temáticos

Restaurantes temáticos proporcionam experiências únicas ao combinar gastronomia e entretenimento, especialmente para o público infantil. Eles atraem o público por sua decoração, nome e culinária específicos, explorando temas variados, como natureza, cinema e jogos. Comuns em áreas turísticas, oferecem mais que refeições, eles apresentam shows e eventos performáticos para atrair e encantar clientes, proporcionando uma experiência memorável e diferenciada. Iceland Bar do Gelo (Campos do Jordão, SP), Lanchonete Mundo Animal (Brasil) e Eat Asia: Hello Kitty (São Paulo, SP) são exemplos inspiradores.

Imersão em cenários fantásticos;  
Combinação de gastronomia e entretenimento. É para aqueles que buscam algo diferenciado e lúdico;  
Ideal para atrair grandes grupos;  
Alto valor agregado, o cliente aceita pagar.





# JORNADA GASTRONÔMICA



## Ideias e Inspirações

### Tem que ter rotas gastronômicas

Propõe-se criar itinerários gastronômicos que reúnam estabelecimentos similares ou complementares, conectando-os em vias organizadas e sinalizadas. Esses percursos poderiam se tornar atrativos por si só, proporcionando um passeio de final de semana, por exemplo, agrupando uma variedade de restaurantes, bares e locais temáticos ao longo de uma rota planejada. A disposição estratégica desses lugares ofereceria uma experiência atraente para os apreciadores de boa comida e entretenimento. O Caminhos de Pedra (Bento Gonçalves, RS) e o Beco das Sardinhas (Rio de Janeiro, RJ) são referências inspiradoras.

Rotas contemplam várias opções próximas, para todos os gostos;  
Oportunidade de conhecer melhor o panorama da gastronomia local por meio de um percurso sensorial;  
Ideal para o final de semana.

Eixo Comunicação

Projeto Complementar

# Marca e Identidade

*“Criando uma identidade que reforce  
os diferenciais”*





## O que é?

*Este projeto orienta a criação de uma identidade visual padronizada para a cidade e seus desdobramentos.*

A criação de identidade visual para uma cidade é importante para destacar sua singularidade em meio a outras localidades próximas ou com semelhanças. Essa estratégia gráfica e verbal única a diferencia, facilitando a comunicação com o público desejado. Uma identidade unificada auxilia na transmissão de mensagens coerentes e claras, simplificando a experiência do visitante. A identidade visual é uma forma de tangibilizar o posicionamento através de recursos gráficos, ação que distingue e fortalece a cidade como um destino memorável e definido. Isso não apenas agrega valor à sua imagem, mas também ajuda na criação de uma conexão duradoura, tanto com o público externo quanto com a comunidade local, destacando suas qualidades e características únicas e tornando-a inconfundível e atraente entre as opções de destinos disponíveis no estado e no país.

## Como é?

### Deve ser coerente e consistente

O processo de marca envolve a criação de uma identidade visual que harmonize com o posicionamento estratégico. A relevância desse desenho reside na confirmação e reforço da mensagem que deseja transmitir ao seu público. A imagem gráfica da marca precisa ser coerente e consistente, ilustrando o posicionamento da cidade de forma clara e atrativa, facilitando a associação entre a identidade visual e a experiência oferecida aos visitantes. É preciso criar um Manual de Identidade Visual.

### Destacando a autenticidade local

É fundamental que essa identidade seja corretamente replicada em todas as manifestações oficiais e populares. A prefeitura deve disponibilizar a marca para que a comunidade possa adotá-la, incorporando-a em atividades, artefatos e eventos locais. A disseminação correta da marca aumenta sua visibilidade e também o senso de pertencimento e orgulho da população.



#### CREMIA PRINCIPAL

O espaço é privilegiado por sua complexa e marca. Ela foi escolhida devido ao alto nível de qualidade e também devido ao fato de estar localizada no Centro Histórico, cercada por edifícios de alto padrão. O monumento oferece um espaço aberto, com um jardim e um espaço de lazer. O espaço possui uma vista que reflete o rio e o Congresso Nacional, além de ser um ponto de encontro para a comunidade. O espaço foi projetado por João Filipe de Lencastre, o Lencastre, que se destaca por suas curvas, para criar uma conexão entre a cidade e o rio. O espaço é um ponto de encontro para a comunidade e que representa Brasília e tudo o que ela significa.



© 2023 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

#### ÁREA DE PROTEÇÃO

A fim de preservar a visibilidade da marca, foi criada uma área de proteção específica. Todo espaço que seja utilizado para a apresentação da marca deve respeitar as regras estabelecidas para a área que margem à marca, como no exemplo abaixo.



© 2023 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

#### FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Existem diversas formas de utilização da marca em fundos fotográficos, desde que sejam mantidas a visibilidade e a integridade da marca. O uso da marca em fundos fotográficos deve ser feito de acordo com as regras estabelecidas para a área que margem à marca, como no exemplo abaixo.



© 2023 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

#### FUNDOS COLORIDOS

Em caso de aplicações em fundos coloridos escuros, é indicado aplicar o versão monocromática, levando em conta as questões de contraste e legibilidade.



© 2023 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

#### CAMISETA



© 2023 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

## CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

### *1. Definir a marca*

Criar e apresentar opções à comunidade para escolher aquela mais adequada ao posicionamento.

### *2. Criar o manual de identidade visual*

Essencial para assegurar o uso consistente da marca, evitando variações e garantindo padrões.

### *3. Estabelecer normas de aplicação*

Criar diretrizes para usos potenciais, garantindo a aplicação correta em diversos contextos.

### *4. Promover o lançamento*

Realizar um evento para apresentar a nova marca como ponto de partida da mudança.

### *5. Facilitar o acesso e uso*

Disponibilizar o material para a comunidade, promovendo sua utilização para aumentar o reconhecimento da marca.

## *O que fazer?*

### **Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais**

A criação da marca deve ser organizada para refletir o posicionamento estabelecido. É vital que a gestão pública, auxiliada por profissionais de design, desenvolva uma marca representativa do posicionamento estratégico da cidade. Essa identidade ultrapassa as gestões políticas, sendo permanente e transcendente. Deve ir além de um governo, pois é a representação visual duradoura do conceito. Além disso, envolve elementos visuais e verbais alinhados, seguido por uma implementação estratégica consistente em todos os pontos de contato possíveis. O engajamento ativo com o público e a análise contínua da percepção da marca são essenciais para garantir uma comunicação coerente, duradoura e eficaz. Seu lançamento deve ser um evento estratégico para promover a cidade.

### **Quem deve se envolver?**

Poder público e empresas de design especializadas em comunicação visual.

## Ideias e Inspirações

### Cuidado e atenção aos detalhes

Na prática, a expressão da marca se concretiza por meio de quatro elementos gráficos essenciais que, quando coordenados, estabelecem uma identidade visual que unifica toda a comunicação.

A **marca**, composta por um nome, símbolo gráfico, logotipo ou sua combinação, atua na identificação e distinção em relação à concorrência. A **cor**, representada por uma paleta definida, direciona o tom das aplicações, dividida entre cores principais (da própria marca) e secundárias (de apoio). A **tipografia**, refere-se à escolha de uma fonte para padronizar os textos utilizados nas aplicações. Por fim, o **grafismo**, representa elementos visuais frequentemente abstratos, que destacam conceitos ou fornecem suporte na organização dos layouts.

Quando esses elementos gráficos são organizados sistematicamente, constituem o conjunto conhecido como **Identidade Visual** ou **Identidade de Marca**.



*Sensacional!*



**JIGSAW MEDIUM**

*Jigsaw Regular Italic*





## Ideias e Inspirações

### Conte com designers e valide com a população para gerar engajamento

A criação da marca da cidade deve ser liderada por profissionais do design. Propõe-se a realização de um concurso público de ideias, baseado no posicionamento previamente estabelecido, envolvendo designers brasileiros para apresentar propostas. As melhores opções podem, então, ser submetidas a uma votação popular na comunidade, assegurando uma escolha participativa. Este modelo, já adotado por várias cidades, tem sido eficaz ao fornecer opções bem elaboradas e obter validação popular, proporcionando benefícios mútuos a todos os envolvidos.

- Elaborar um concurso aberto de ideias usando o novo posicionamento;
- Selecionar as 3 melhores opções como finalistas;
- Criar uma campanha de votação popular;
- Divulgar a escolhida em um evento.

## Ideias e Inspirações

### Uma marca repleta de significados

A identidade da marca deve refletir o posicionamento estabelecido, alinhando-se ao conceito norteador. A mensagem visual precisa ser coesa com a promessa ou a essência da cidade.

Muitos lugares ao redor do mundo adotam essa premissa, como a cidade do Porto, em Portugal. A marca da cidade foi inspirada nos elementos históricos através dos icônicos azulejos. Esta identidade é uma composição de referências gráficas específicas, oferecendo uma infinidade de combinações de ícones e padrões. Seu logotipo, integrado à paisagem urbana e a tipografia moderna sans-serif, são parte dessa identidade versátil. Esses padrões criam texturas atrativas, notavelmente vistas na sinalização. Apesar de não ser a abordagem mais ousada, é atrativa e amplamente aplicada na cidade.

Portanto, o posicionamento deve aparecer na marca e cores, sendo que tipografia e grafismos devem estar em sintonia com o posicionamento adotado.







## *Ideias e Inspirações*

**Conte com designers e valide com a população para gerar engajamento**

A construção de uma marca deve abarcar as camadas tangíveis e intangíveis da cidade, capturando seus ícones e significados. Ela deve transmitir uma mensagem poderosa à primeira vista, criando uma impressão sempre positiva, como faz a marca de São Paulo. Essa marca multifacetada pode ser interpretada de diversas maneiras, mas uma das mais marcantes é sua representação aérea da cidade, exibindo toda a sua diversidade e cores. A identidade visual de São Paulo reflete toda a estratégia de comunicação na indústria do turismo, destacando a variedade e quantidade de experiências únicas de São Paulo, como é traduzido pela frase “viva tudo isso”.

Explorar cores, pois a identidade visual não deve ser tímida.

A marca deve ser fácil de entender, memorizar e funcionar em diferentes superfícies.

## *A marca de Inocência*

### **Evidenciando o que a cidade tem de melhor**

A marca sugerida para Inocência evidencia elementos que fazem parte da cultura, da economia, da paisagem e do ambiente local.

Na proposta gráfica realizada para a cidade, é possível imergir em uma atmosfera romântica e literária por meio dos símbolos que estão evidenciados na marca, neste caso, o livro aberto que faz surgir uma das mais belas obras literárias do Brasil, que é 'Inocência', do escritor Visconde de Taunay, que dá nome a cidade.

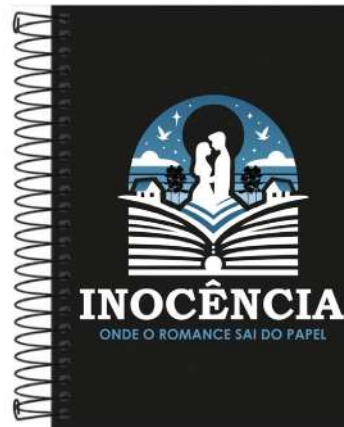
Na marca, também está evidenciada a promissora economia do município, por meio dos eucaliptos, mostrando que a cidade não apenas inspirou uma bela história de amor, mas também inspira o futuro e desenvolvimento por meio da indústria de celulose. A proposta pode ser aplicada de diferentes maneiras em produtos e souvenirs, além de elementos de comunicação visual como placas e outdoors, adesivagem de carros particulares e uso em capas de cadernos e agendas. Também deve ser utilizada nos meios digitais, como em redes sociais, plataformas de vídeo e aplicativos.



# INOCÊNCIA

ONDE O ROMANCE SAI DO PAPEL

# MARCA E IDENTIDADE



Eixo Comunicação

Projeto Complementar

# Comunicação Visual

*“O posicionamento que não é visto  
acaba não sendo lembrado”*





## O que é?

*Este projeto orienta a criação de elementos físicos de divulgação da marca e da identidade visual da cidade.*

Após definir a marca e sua identidade visual, é crucial planejar sua ampla disseminação pela cidade para enraizar o posicionamento na comunidade. Essa estratégia é fundamental para que os visitantes percebam a conexão da população com o posicionamento que a identidade busca representar.

A comunicação se dará por meio de presença física constante, inserida na rotina urbana diária, visando estabelecer a memorização do posicionamento, da marca e de seus desdobramentos possíveis. Inicialmente intensiva, essa divulgação manterá sua presença de forma mais sutil ao longo do tempo.

O objetivo é que as pessoas sintam a marca e o posicionamento integrados à identidade da cidade.

Trata-se de uma estratégia visual importante que deve ser amplamente difundida no território e até externamente.

## Como é?

### Marcando presença na paisagem

A aplicação prática da identidade visual da cidade acontece através de outdoors, sinalizações, publicidade móvel, eventos locais, abrigos de ônibus, totens, mapas, murais e itens de papelaria, entre tantos outros possíveis. São elementos tangíveis que visam divulgar e promover a identidade da cidade, comunicando o posicionamento e tornando-o perceptível e presente no dia a dia dos moradores e na experiência dos visitantes.

### A cidade se transforma em grife

Uma abordagem eficaz para solidificar a presença da marca na memória das pessoas é desenvolver souvenirs. Semelhante à estratégia de uma grife de presentes, a marca é apresentada em itens colecionáveis e úteis, desde camisetas até itens decorativos, funcionando como lembranças tangíveis e memoráveis da cidade. Esses souvenirs oferecem a oportunidade de compartilhar a identidade da marca com os visitantes, estabelecendo uma conexão duradoura entre a cidade e sua imagem.



## CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

### *1. Criar um plano de comunicação*

Elaborar planejamento com roteiro de mensagens, canais de mídia e periodicidade de divulgação.

### *2. Adesivar e anunciar em veículos*

Utilizar comunicação nos transportes públicos faz a marca circular pela cidade.

### *3. Sinalização personalizada*

Placas informativas e direcionais com a identidade visual fortalece o reconhecimento da marca na rua.

### *4. Estratégia de outdoors*

Posicionar painéis publicitários exibindo a marca ou mensagens específicas reforça a presença visual.

### *5. Criação de souvenirs e materiais de apoio*

Criar souvenirs personalizados reforça a identidade e oferece lembranças únicas aos visitantes.

## O que fazer?

### Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A implementação de uma estratégia de comunicação visual é fundamental para consolidar a marca e o posicionamento da cidade. Este plano, de curto a médio prazo, envolve a divulgação da identidade visual em veículos, sinalizações, outdoors, eventos locais e souvenirs turísticos. Para garantir uma comunicação ordenada e consistente, é crucial contar com profissionais designers na criação destas artes, garantindo uma representação coerente da marca. Essas manifestações físicas são partes vitais no processo de estabelecer a presença da marca na rotina urbana, impactando positivamente a memória das pessoas e fortalecendo a identidade da cidade. Neste projeto, a própria cidade se torna uma estratégia de comunicação pois ela receberá intervenções visuais acessadas por seus frequentadores.

### Quem deve se envolver?

Poder público e empresas de design especializadas em comunicação visual.

## Ideias e Inspirações

### Letreiros instagramáveis e originais

Ter um letreiro oficial com o nome da cidade em locais acessíveis, como uma praça, é fundamental para o turismo. Esse letreiro, preferencialmente a marca tridimensional da cidade, deve ser criativo e estrategicamente posicionado, oferecendo um fundo visualmente atrativo para selfies e fotografias.

Essa estrutura torna-se um ícone para registros audiovisuais, impulsionando a divulgação espontânea nas redes sociais, promovendo este lugar como um destino atrativo e gerando um impacto positivo na promoção da cidade para público externo e que possivelmente ainda não conhece a cidade.

Escolher um local estratégico, acessível e com fundo que favoreça as fotos;

O letreiro precisa ser iluminado, ter pelo menos 1,5m de altura e ser resistente para ficar na rua e para que as pessoas possam subir nele.







## Ideias e Inspirações

### Outdoors e painéis promocionais

A divulgação da nova identidade e posicionamento da cidade nas ruas é crucial para impregnar esses conceitos na mente das pessoas, conquistando o reconhecimento dos moradores locais. Antes de atrair o visitante, é essencial convencer quem vive na cidade. Um exemplo notável foi a estratégia de branding territorial de Madrid, na Espanha, que lançou a campanha “Madrid te abraza”. Utilizou-se mídia out of home para destacar valores e elementos culturais locais, como o Palácio Real, o Museu do Prado e os pratos típicos. Além disso, abordou-se movimentos como o Dia do Orgulho, refletindo sobre a diversidade.

Investir em empresas de comunicação;  
Criar uma campanha publicitária para divulgar a identidade visual e o posicionamento proposto;  
Implantar outdoors e painéis em pontos estratégicos de grande circulação.

## Ideias e Inspirações

### Comunicação impactante nas ruas

Aproveitar os ônibus e caminhões da frota municipal para exibir a identidade visual da cidade e campanhas é uma oportunidade ímpar. O envelopamento artístico não é dispendioso e anima a cidade, transformando-a em um cenário vibrante. Um bom exemplo são os bondes de San Francisco, EUA. Essa forma de comunicação é dinâmica, já que os ônibus circulam pelas ruas, interagindo com a paisagem urbana. Além de promover a identidade local, essa iniciativa torna a comunicação mais acessível e impactante, alcançando diversos públicos de maneira inovadora e atrativa. Estender essa intervenção aos abrigos de ônibus complementaria a experiência visual.

Renovar a frota apenas com adesivagem;  
Criar um padrão visual alinhado com a identidade da cidade;  
Oportunidade de rentabilizar alugando espaço neste tipo de mídia urbana.





## Ideias e Inspirações

### Sinalização criativa e temática

Manter o visitante informado e orientado é essencial para uma experiência turística positiva. Apesar do avanço dos aplicativos móveis, projetos de wayfinding e sinalização são muito importantes. Incorporar a identidade visual nesses elementos – totens, placas, painéis, ground signs e galhardetes – auxilia na localização do turista e também reflete o cuidado da cidade com seus visitantes. Essa estratégia não só embeleza o ambiente urbano, tornando ruas e praças mais atrativas, como também reforça a identidade da cidade, deixando uma impressão duradoura e acolhedora nos visitantes.

Investir em parcerias com empresas de design, arquitetura e comunicação;  
Elaborar um projeto de wayfinding design;  
Identificar, informar, orientar e advertir;  
Começar implantando na região central e na rua de referência.

## Ideias e Inspirações

### Publicidade urbana criativa

A transformação criativa de áreas urbanas é essencial para atender às variadas necessidades da população. Usando as cores da identidade visual, instalações urbanas funcionais e marcantes contribuem para a presença da marca na cidade. Um exemplo é a iniciativa da IBM e da agência Ogilvy, intitulada “Smart ideas for smarter cities”. Esta campanha ofereceu soluções inteligentes, simples e esteticamente atraentes para questões urbanas, priorizando pedestres e ciclistas. Além de melhorias práticas, essas intervenções evidenciaram a marca de forma excepcional, deixando uma impressão memorável no conceito de branding territorial adotado.

Identificar demanda de equipamentos urbanos necessários no espaço público;  
Implementar intervenções simples, chamativas e que contenham a identidade visual da cidade que é objeto de estudos.





## Ideias e Inspirações

### Materiais promocionais e informativos

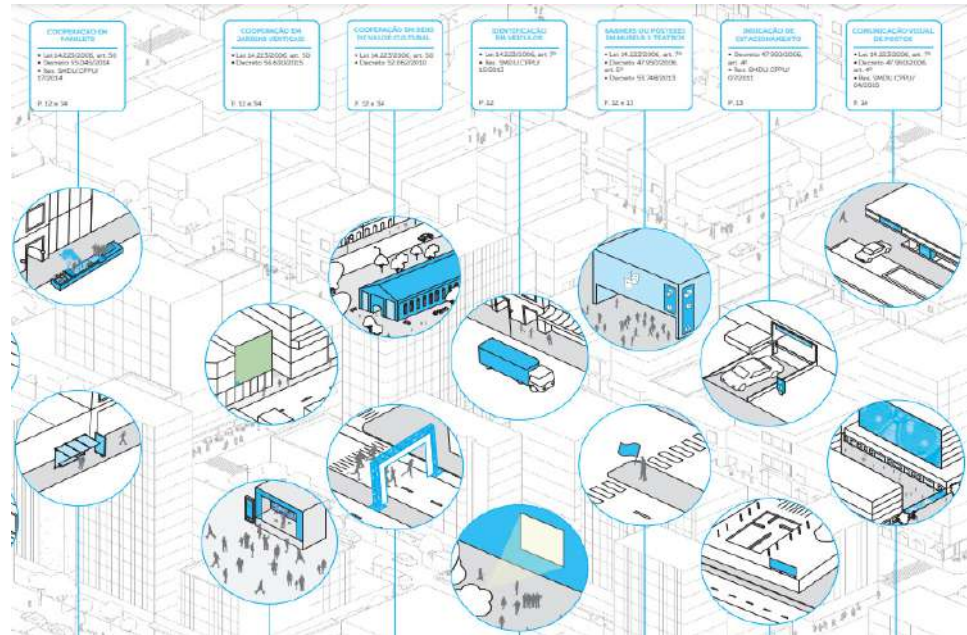
É fundamental criar materiais de apoio turístico, como mapas, folhetos e adesivos, integrando-os aos serviços cotidianos, como nas capas de cadernos escolares e na papelaria oficial da prefeitura. Essa inclusão da identidade visual em agendas e comunicados reforça a marca da cidade e, também, mantém consistência na mensagem para moradores e visitantes. Itens como mapa turístico ilustrado, livros, jornais e revistas, que podem ser impressos ou distribuídos em formato digital, são indicados. Um exemplo inspirador desse trabalho é observado na cidade de Paris - França, que reflete a nova identidade em todo o seu material de apoio.

Estímulo, apoio, produção e distribuição de produtos editoriais que apresentem os diferenciais e narrem a história da cidade; Explorar itens de consumo dos moradores, como sacolas de supermercado e cadernos.

## Ideias e Inspirações

### Fachadas organizadas e reguladas por lei para evitar a poluição visual

É importante que os lojistas invistam na sua comunicação visual, porém com bom senso. Estabelecer diretrizes para fachadas comerciais é fundamental para conter a poluição visual. Esse regramento preserva a harmonia entre edificações e contexto urbano, mantendo equilíbrio estético. Cidades como São Paulo, com a Lei Cidade Limpa, são exemplos desse movimento. Tal normatização garante que a comunicação externa seja assertiva, respeitando a identidade local e contribuindo para uma paisagem urbana organizada e agradável.



Definir o conjunto de elementos padronizados para sinalização de fachadas;  
Determinar um regramento para a comunicação visual dos estabelecimentos comerciais da cidade, dando ênfase em regiões de apelo turístico.



Eixo Comunicação

Projeto Complementar

# Presença Digital

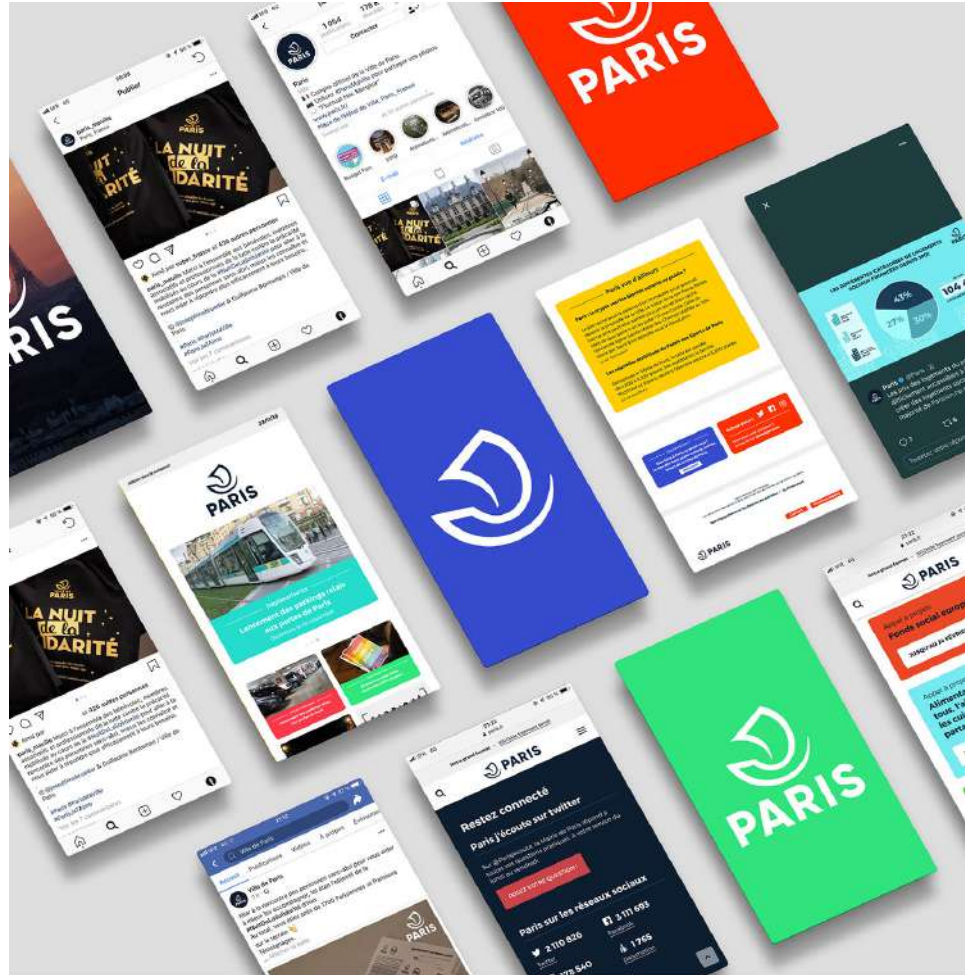
*“A cidade marcando presença no  
badalado território virtual”*



## O que é?

*Este projeto orienta estratégias de presença nos meios digitais, como redes sociais, aplicativos e plataformas de vídeo.*

Hoje em dia, as cidades não se limitam ao espaço físico, elas também se estendem ao meio digital. Na maioria das vezes, a primeira aproximação do público-alvo com a cidade acontece pelas redes sociais de compartilhamento de fotos e vídeos que atualmente funcionam como um canal estratégico. Para acompanhar a circulação da informação, é crucial que as cidades estejam presentes nesse ambiente virtual. Isso implica orientar os agentes do turismo sobre o uso das redes sociais, estimular o compartilhamento de experiências pelos turistas e contratar serviços profissionais para gerar conteúdo e publicidade online. Além disso, promover atrativos e experiências turísticas em plataformas online populares na atualidade e desenvolver um aplicativo interativo para facilitar o acesso às informações locais são passos essenciais nesse significativo contexto digital.







## Como é?

### Consistência na comunicação

A consistência do posicionamento não é apenas visual, mas também digital. É importante alinhar o canal online à identidade visual implementada, mantendo a coerência da mensagem e do tom de comunicação. Evitar dissonâncias é fundamental, especialmente num ambiente digital em constante mudança. Google, TripAdvisor, Booking, Tiktok, Instagram e Airbnb, são as plataformas que mais interagem com o trade turístico internacional.

### O turista produtor de conteúdo

Influenciadores digitais são cruciais para atrair interesse para um determinado destino, porém, a autenticidade dos relatos comuns é igualmente valiosa, revelando perspectivas genuínas muitas vezes deixadas em segundo plano pela comunicação oficial. O engajamento dos visitantes em divulgar espontaneamente os atrativos locais representa um apoio inestimável para a comunidade anfitriã, que passa a ser conhecida por diferentes meios digitais de comunicação.

## O que fazer?

### Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Em um mundo digital em constante expansão, a presença online é essencial. Planejar estrategicamente o conteúdo nas redes sociais é crucial, alinhando-o à identidade da cidade. Envolver os visitantes na criação de conteúdo amplifica a experiência compartilhada. Parcerias com influenciadores digitais e contratação de serviços profissionais garantem uma presença qualificada. Reforçar a presença nos aplicativos renomados, como Instagram, e a criação de um site próprio para a divulgação do território são passos importantes para garantir o acesso fácil e eficiente às informações, ressaltando a relevância de um planejamento profissional nesse cenário virtual em constante evolução.

### Quem deve se envolver?

Poder público, iniciativa privada, desenvolvedores de conteúdo, mídia local, influencers digitais e comunidade em geral.

## CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

### 1. *Planejar o conteúdo para redes sociais*

Elaboração de um manual com orientações para a criação de conteúdos alinhados à identidade.

### 2. *Engajar o usuário*

Estímulo à produção de conteúdo por turistas em redes sociais, exibindo suas experiências na cidade.

### 3. *Colaboração com influenciadores digitais*

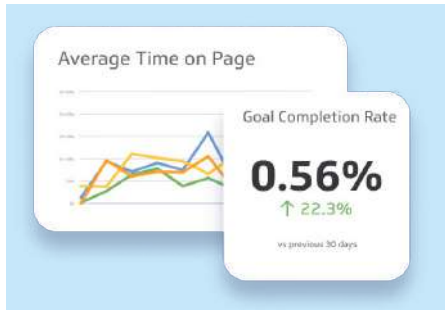
Estabelecer parcerias com influenciadores para divulgação da cidade em redes sociais.

### 4. *Contratar serviços de conteúdo e publicidade*

Uso de serviços profissionais para produção de conteúdo, publicidade online e links patrocinados.

### 5. *Marcar presença*

Estímulo no uso de apps como Instagram, TripAdvisor, Airbnb e Booking, além da criação de site próprio de acesso a informações.



## Ideias e Inspirações

### Tudo começa no Google

O Google é essencial, pois é a primeira fonte de informações sobre destinos no mundo. As pessoas buscam detalhes de horários, localizações, avaliações e experiências nele. A plataforma é uma vitrine digital, fornecendo métricas através do Google Ads, Google Analytics e Google Trends, permitindo compreender o interesse do público e adaptar estratégias. Com o Google My Business, estabelecimentos locais se destacam, facilitando a busca do público. Além disso, a presença nos resultados de busca e mapas do Google aumenta a visibilidade e credibilidade, influenciando as escolhas dos indivíduos.

Investir em Google Ads.

Manter sites com belas fotos, localização e informações sempre atualizadas.

Acompanhar e sempre responder comentários e perguntas postadas nestas mídias.

## Ideias e Inspirações

### Imagem é fundamental hoje em dia

O Instagram é mais do que uma rede social, é uma janela para o mundo. Com foco visual, tornou-se o cenário perfeito para compartilhar fotos da cidade, despertando interesse e atraindo novos visitantes. Cada post é uma chance de criar um impacto no imaginário dos interessados. Além disso, os stories permitem enquetes, interações diretas e instantâneas, criando um diálogo eficiente com o público, ampliando a visibilidade e a conexão emocional com os potenciais turistas. Com imagens cativantes e interações dinâmicas, o Instagram se torna uma ferramenta vital na promoção territorial, refletindo o encanto da cidade.

Fazer postagens sempre alinhadas com o posicionamento proposto;  
Usar fontes e cores sempre de acordo com a identidade visual da marca;  
Estimular a criação de selfie points na cidade para abastecer de conteúdo a rede.





## Ideias e Inspirações

### Pautando a comunicação especializada

Na busca por destinos diferenciados, muitos viajantes recorrem a sites de agências de viagens, plataformas virtuais de reservas e revistas de companhias aéreas. É importante estabelecer uma comunicação ativa com esses canais para divulgar com frequência as novidades da cidade. Antes de esperar que descubram organicamente um determinado lugar, um movimento proativo de comunicação leva informações sobre suas atrações, buscando pautar matérias ou até promover pacotes de viagens. Diversas plataformas premiam os melhores destinos, tornando essencial figurar nesses rankings para ganhar destaque.

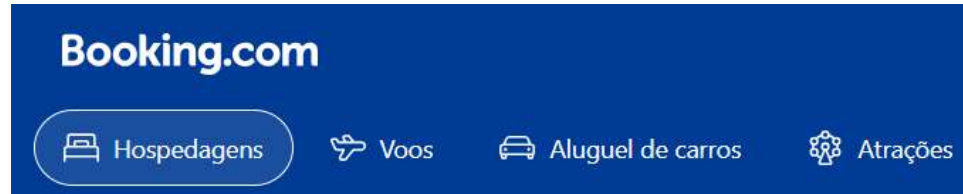
É um maneira simples e sem custo de estabelecer presença digital;  
Deve-se criar releases para divulgar atrações e enviar periodicamente para canais midiáticos estratégicos.

## Ideias e Inspirações

### Integração com plataformas de reservas

Facilitar a reserva de hotéis, restaurantes e atividades por meio de plataformas de reserva online, como Booking, Airbnb, TripAdvisor e similares, é vital para uma cidade que busca promover-se externamente. Ao conectar-se a essas plataformas consolidadas, a cidade oferece aos visitantes a conveniência de explorar e planejar suas estadias e experiências de maneira fácil e direta. Isso não apenas simplifica o processo de viagem, mas também amplia a visibilidade e o alcance da cidade no mercado turístico, aumentando as chances de atrair um número maior de visitantes, fomentando a economia local.

Incentivar o uso de plataformas para ofertas e divulgação de serviços locais;  
Monitorar a percepção da cidade nestas redes e manter atualização constante;  
Criar campanhas de divulgação nas redes especializadas promovendo os atrativos.



### Inspire-se para sua próxima viagem





## Ideias e Inspirações

### Fidelizando influenciadores

O influenciador digital traz uma experiência legítima, natural e espontânea na comunicação nas redes. Recentemente, a iniciativa Rio Digital Influencers premiou 15 perfis influentes que promoveram a cidade do Rio de Janeiro. Eles foram reconhecidos como embaixadores e tiveram acesso privilegiado a eventos e passeios pela cidade maravilhosa.

O programa não envolveu vínculos financeiros nem empregatícios e foi conduzido por meio de edital público. A seleção ocorreu no Dia Mundial do Turismo, permitindo a inscrição em diferentes redes sociais, com um limite de uma seleção por participante e exigindo um mínimo de 20 mil seguidores. Esta foi uma ação da prefeitura para a divulgação turística.

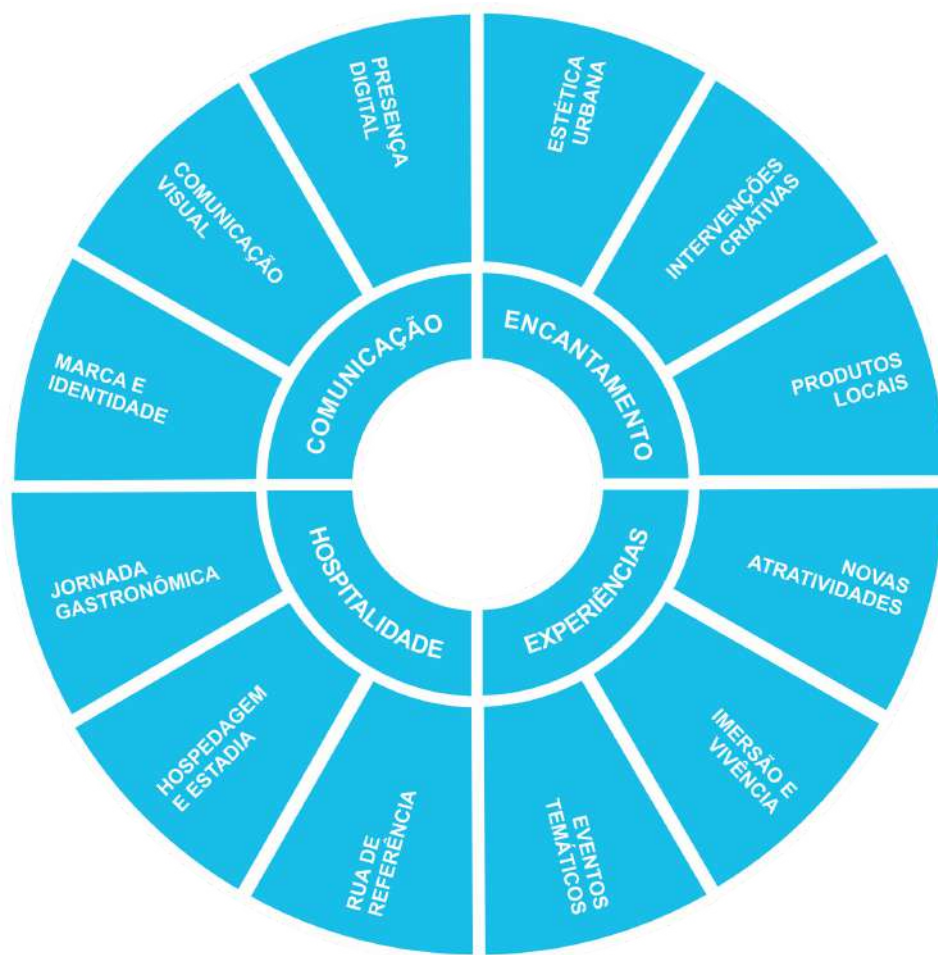
- Criar parcerias com influencers.
- Levar a imagem da cidade para outros públicos;
- Gerar movimento nas redes sociais e plataformas de vídeo.



# Considerações Finais



# CONSIDERAÇÕES FINAIS



O Plano de Branding Territorial aqui apresentado evidenciou estratégias para posicionar o município como um destino distinto de outras localidades do estado do MS e do país, com propostas capazes de atrair o público externo e construídas a partir de grandes potenciais identificados no município por meio de pesquisas.

O intuito é que, a partir da ampla divulgação deste posicionamento e da implementação das ações propostas nos Eixos Norteadores, seja possível criar uma imagem positiva do município para o público externo, atraindo novos investimentos, visitantes e negócios, além de criar um senso de orgulho e pertencimento por parte da população local, que também se beneficia em ter uma cidade mais atrativa e cheia de oportunidades (também evitando a evasão populacional).

Contudo, para que esses potenciais possam ser devidamente aproveitados, é necessário colocar em prática as sugestões feitas no presente documento.

## *Colocando as diretrizes dos projetos em prática*

Cada um dos 12 Projetos Estratégicos e Complementares, vinculados aos 4 Eixos Norteadores, apresentam diretrizes práticas para a execução das ações propostas. Portanto, essas diretrizes podem orientar a implementação dos projetos.

Os demais materiais produzidos pelos profissionais envolvidos, como o Framework de Análise de Contexto, podem ser usados como apoio durante a implementação das ações (Ex.: mostrar negócios e empreendimentos já mapeados no município).

Embora a implementação das ações dos 4 Eixos Norteadores de forma integrada seja o mais recomendado, é possível priorizar, em um primeiro momento, diretrizes específicas para viabilizar a execução do projeto. Um caminho para isso é ter como foco inicial a execução das propostas do Eixo Comunicação, utilizando os conceitos apresentados no Branding Territorial e elementos visuais e estéticos sugeridos no Eixo Encantamento.

### **EIXO ENCANTAMENTO**

**O que ajuda a implementar:** aproximar empreendedores, artesãos e designers locais das propostas do branding, verificando o que poderia ser colocado em prática de imediato, além da participação em editais para viabilização financeira.

### **EIXO EXPERIÊNCIAS**

**O que ajuda a implementar:** adaptar eventos e experiências existentes às sugestões dos Projetos Estratégicos pode ser um bom ponto de partida. Para isso, é necessário sensibilizar e aproximar a iniciativa privada das estratégias do branding.

### **EIXO HOSPITALIDADE**

**O que ajuda a implementar:** começar com o aprimoramento da infraestrutura existente, alinhando, sempre que possível, às diretrizes apresentadas nos demais eixos norteadores, pode ser um bom caminho para implementação no curto e médio prazo.

### **EIXO COMUNICAÇÃO**

**O que ajuda a implementar:** o slogan do município, os conceitos apresentados e as diretrizes visuais e estéticas propostas no Eixo Encantamento podem apoiar o desenvolvimento dos Projetos Estratégicos desse eixo.

## Articular, implementar e divulgar



## Próximos Passos

Para que as propostas possam ser implementadas, sugerem-se dez principais frentes de ações que deverão contar com responsáveis locais e instituições envolvidas, sendo eles agentes públicos, representantes da iniciativa privada, SEBRAE e comunidade.

1. Organizar um grupo de trabalho para implementação;
2. Analisar os materiais desenvolvidos e apresentados;
3. Definir responsáveis pela execução dos projetos de cada eixo norteador;
4. Estabelecer blocos de prioridades;
5. Propor um plano de ação, com metas e prazos;
6. Atribuir responsabilidades e definir lideranças;
7. Viabilizar recursos, mão de obra e logística;
8. Desenvolver projetos técnicos, se necessário;
9. Iniciar a implementação das ações prioritárias;
10. Realizar encontros regulares para acompanhar e avaliar a execução.

