



Plano de Branding Territorial para

Jaraguari



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 Meio Ambiente, Desenvolvimento, Ciência, Tecnologia e Inovação - SEMADESC

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

JARAGUARI

Gerente: Rodrigo Maia Marcelo Pirani
Analista: Ana Flavia de M. Arrais Batista
Consultora: Sara Cristina Mann

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.



PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

As etapas do

Trabalho desenvolvido





Branding Territorial

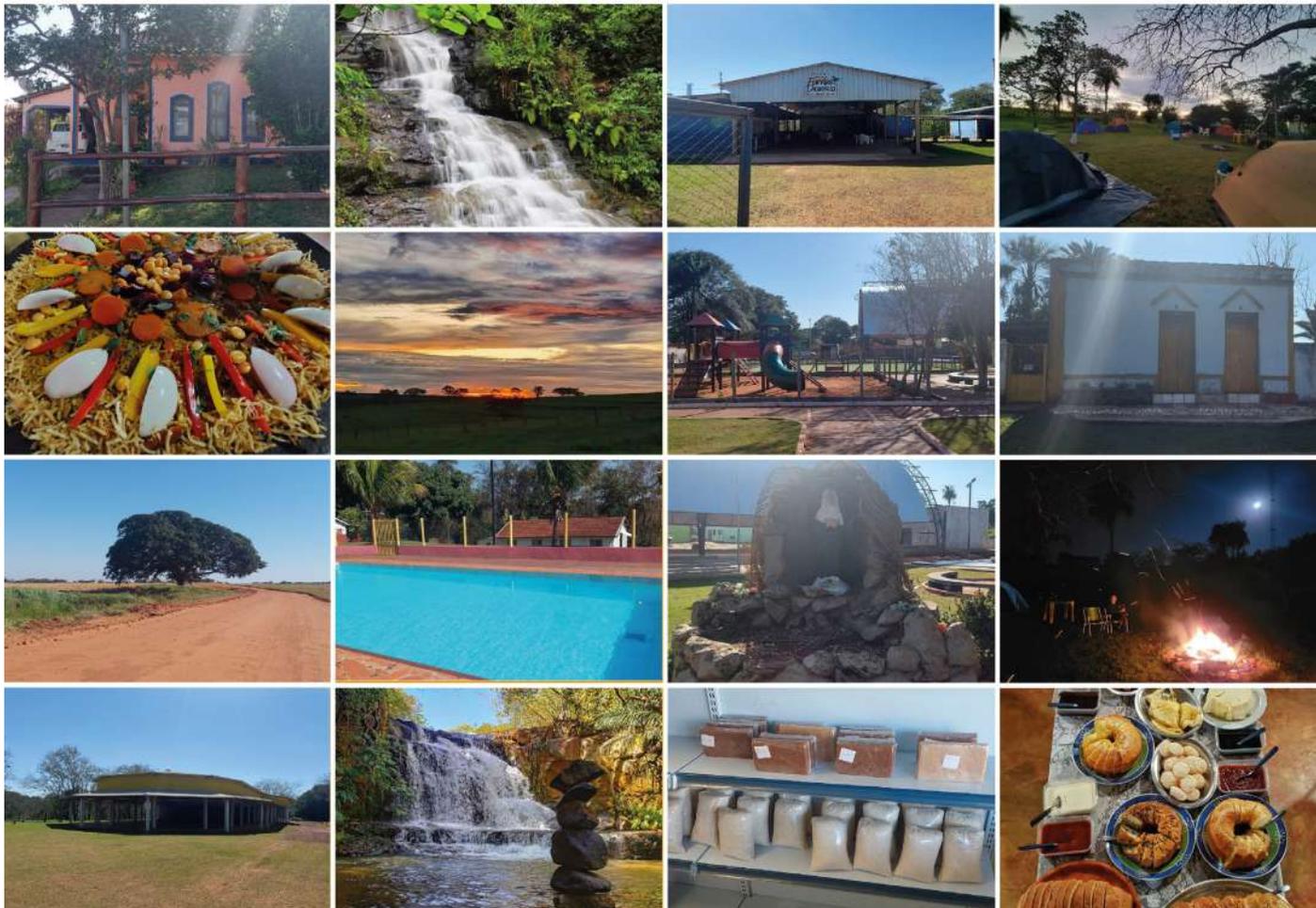
CONCEITO

- 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



A cidade de Jaraguari é conhecida por seus recursos e belezas naturais, estando seu território estruturado ao longo de importantes cursos d'água, com muitas cachoeiras, rios, córregos e nascentes. Dar visibilidade para esse diferencial mostra-se uma estratégia assertiva, já que o contato com a natureza e, especialmente, com as águas, é uma forma de se reenergizar e fugir da agitação da vida urbana. Por isso, posicionar Jaraguari como a Terra das Águas Nascentes deve promover a cidade com um excelente destino ecoturístico, saudável e responsável.

PROPOSTA

Jaraguari

Terra das Águas Nascentes

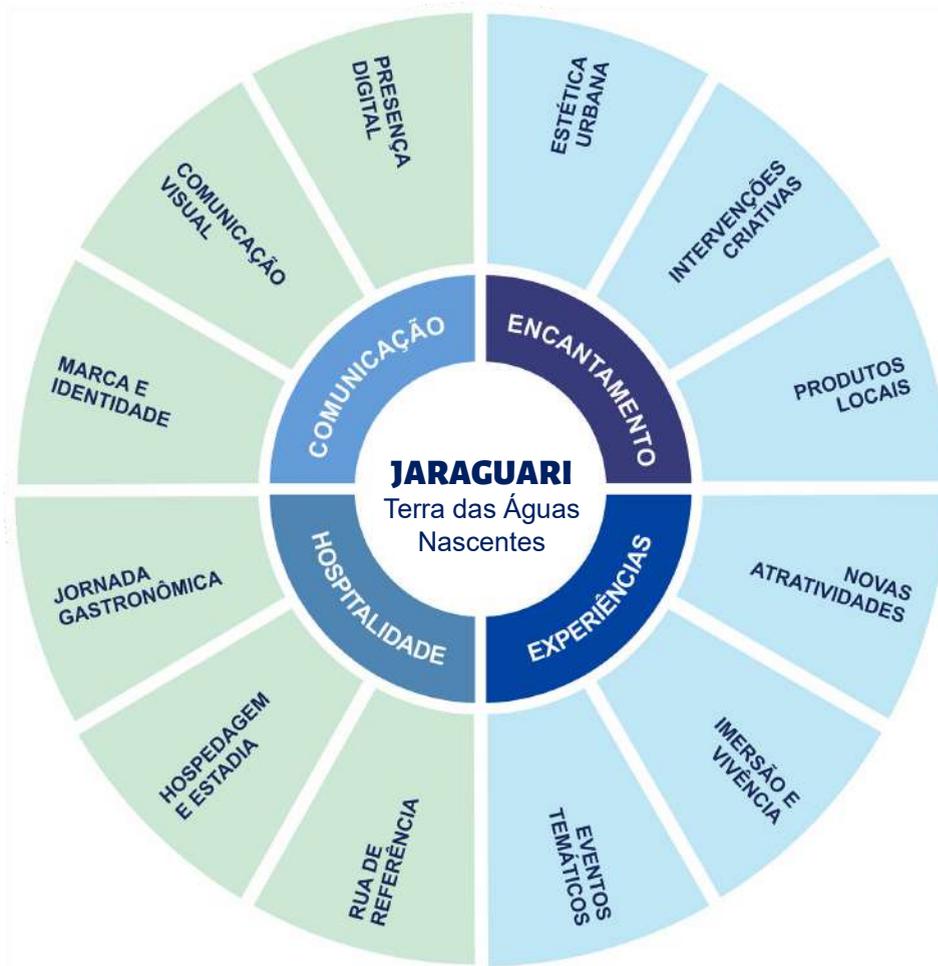


Eixos Norteadores

Os Eixos Norteadores

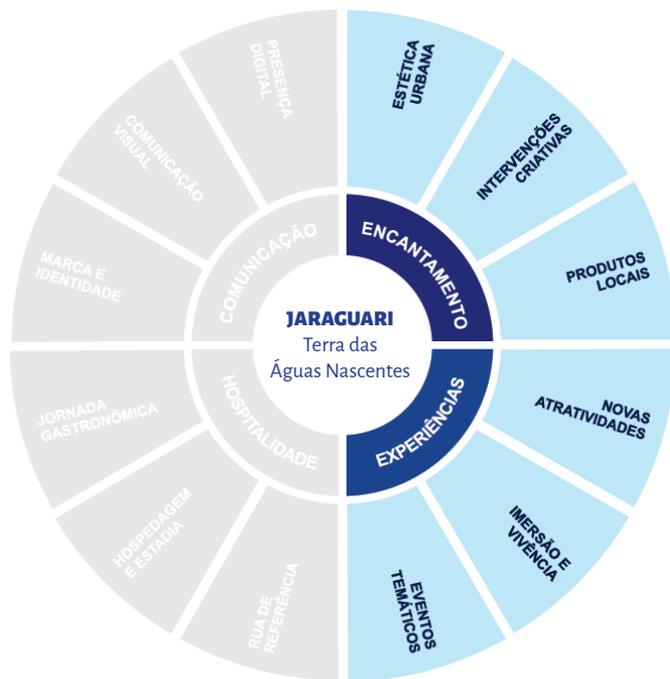
Organizar o trabalho por partes é fundamental para a compreensão e condução eficiente de projetos complexos. A partir de pesquisas de campo, consultas online, workshops com atores locais e processos criativos de projeção, propõe-se quatro eixos norteadores que sustentarão o novo posicionamento da cidade.

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.

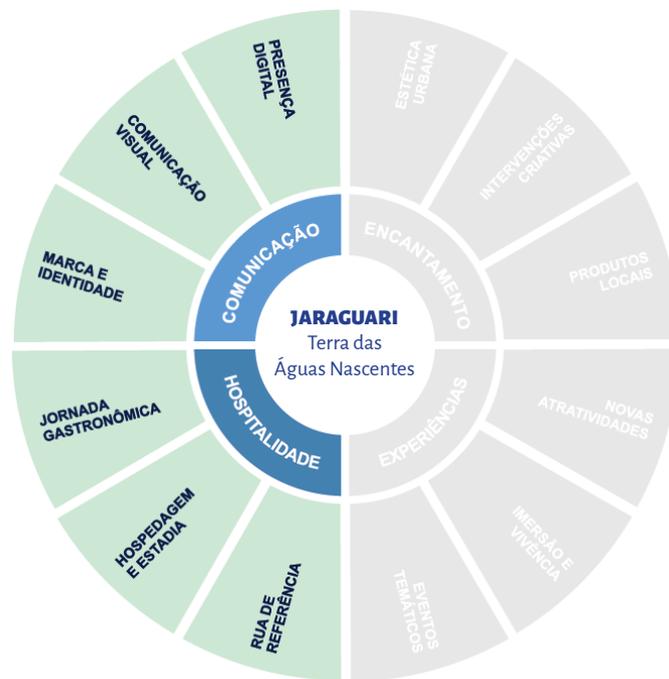


ORGANIZAÇÃO

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

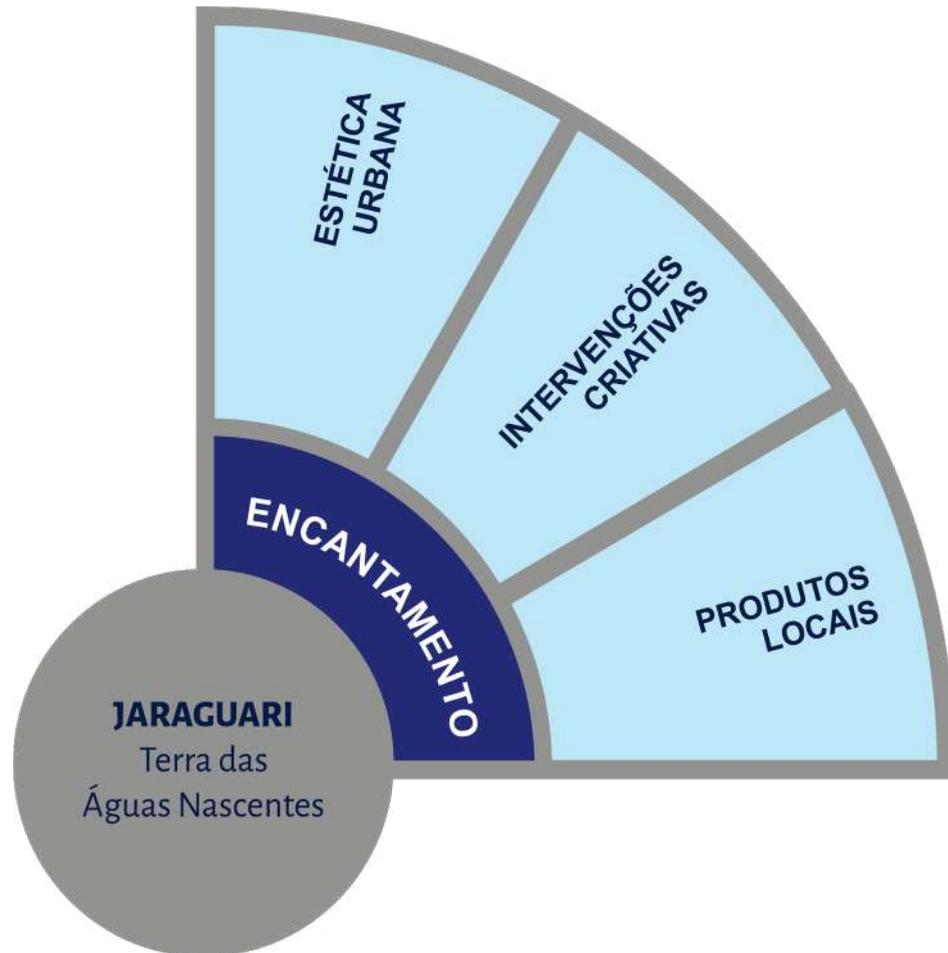
Estratégias para renovar a estética das ruas e dos espaços públicos.

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.

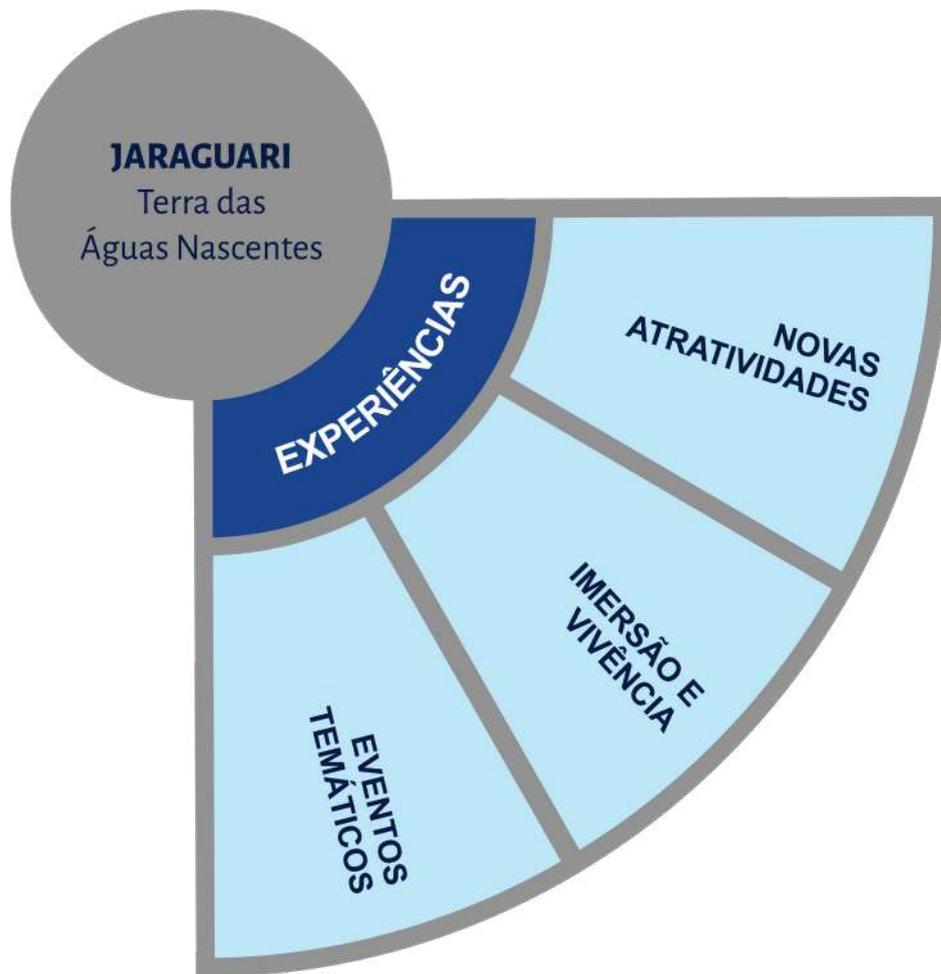
Proporcionar ao visitante uma estadia acima das expectativas é fundamental para a sua percepção positiva da cidade.

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 relação com o território, reformulando o que já existe e criando novas atrações.

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

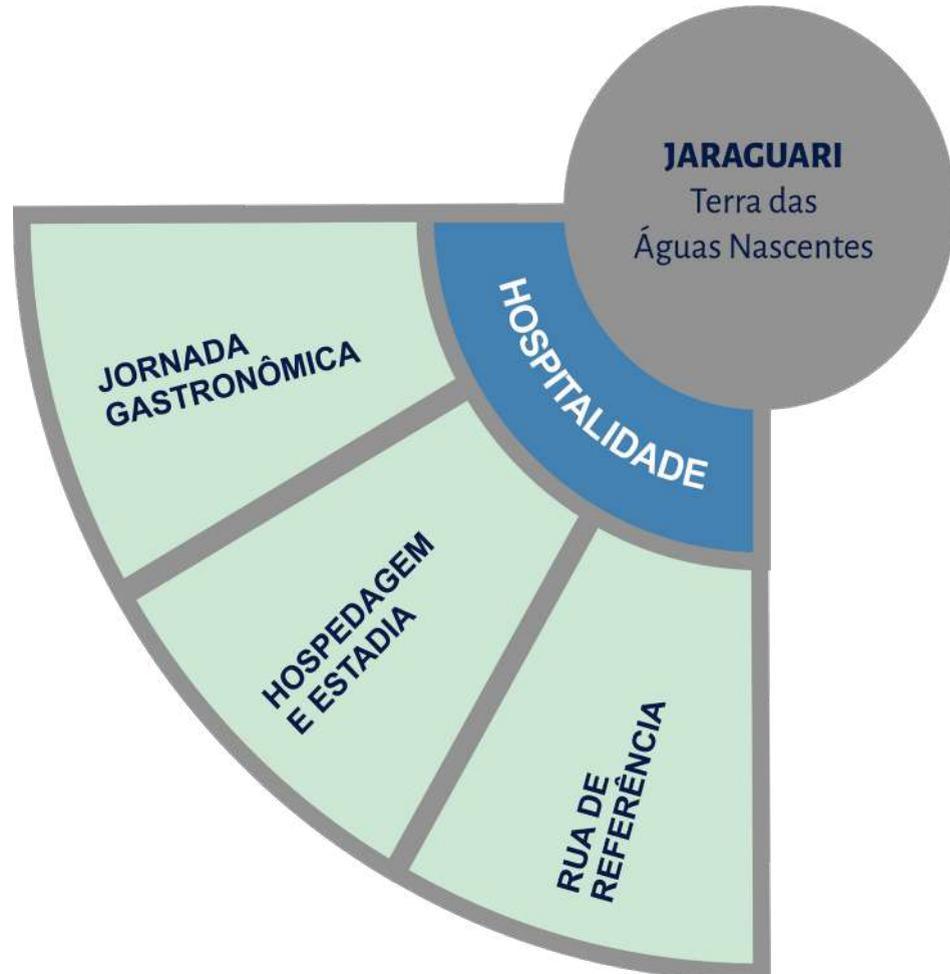
Estratégias para melhorar o que existe e inovar na oferta de acomodações para turistas.

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”

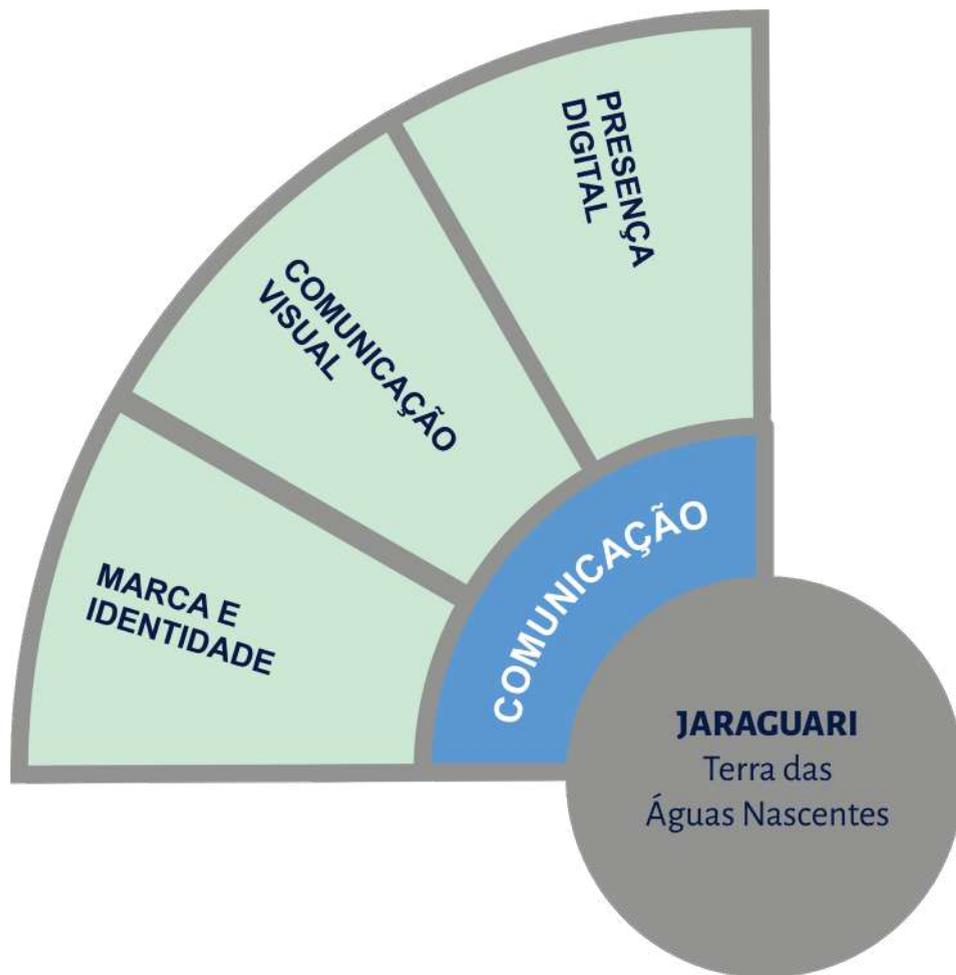
Este eixo se dedica à manifestação da identidade visual e plataformas de ampla divulgação da cidade.

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.

PRESEÇA 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”*

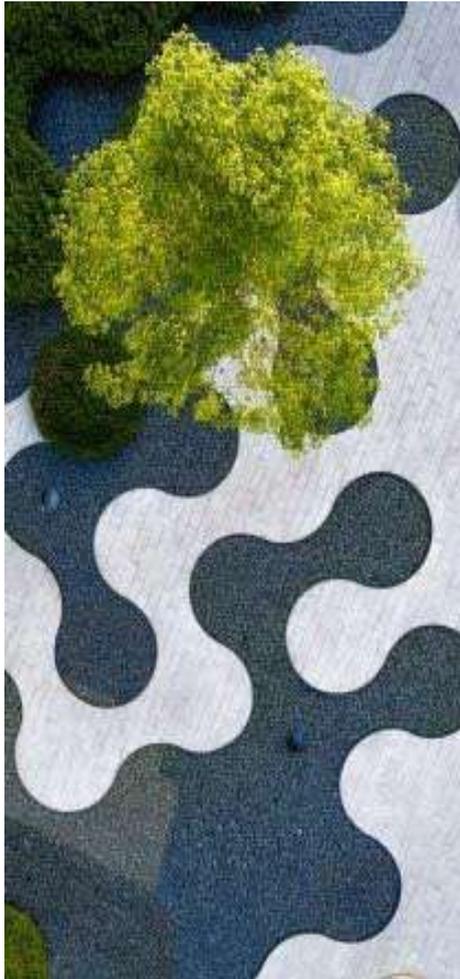
O que é?

A proposta de estética urbana para Jaraguari visa criar elementos urbanos, como paisagismo, mobiliário e pavimentação, inspirados em elementos que reforcem o posicionamento de Terra das Águas Nascentes. Além disso, busca evidenciar a relevância do artesanato, da rapadura e da cultura quilombola. O foco permanece na busca constante pela fascinação e pela surpresa daqueles que exploram esse ambiente.

A imagem ao lado foi criada por meio de software de inteligência artificial e busca traduzir, através de um elemento funcional urbano (neste caso, um banco), o posicionamento que a cidade escolheu.

O intuito é criar elementos que façam alusão às nascentes existentes em seu território e que elas possam inspirar essas intervenções fazendo com que sejam únicas e consigam comunicar o posicionamento escolhido pela cidade de Jaraguari.





Como é?

Aprimorando o espaço urbano de olho no posicionamento

A estética urbana aprimora a paisagem incorporando elementos que não apenas agregam beleza, mas também desempenham funcionalidade, como mobiliário urbano, calçadas e paisagismo. Além disso, esses elementos podem apoiar a difusão dos conceitos do posicionamento em diferentes pontos da cidade, evidenciando também temáticas importantes para Jaraguari, como o artesanato de taboca feito em Furnas do Dionísio.

As águas nascentes que inspiram formas e intervenções

Com o intuito de comunicar o posicionamento de “Terra das Águas Nascentes”, o conceito estético busca trazer elementos simbólicos dessa temática para o espaço urbano, como formas curvilíneas, que representam as sinuosidades dos leitos de rios e riachos, intervenções com água e elementos que fazem parte do curso dos rios (como a fauna, pedras e vegetações).

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Para consolidar a estética urbana desejada em Jaraguari, é necessário considerar vários componentes intrinsecamente ligados à identidade escolhida pela cidade. A sugestão é que elementos inspirados nas águas nascentes possam apoiar essas intervenções, além do uso de materiais e artesanato típico do município, como produtos feitos de taboca. Para a implementação, é importante o papel do poder público como articulador da execução das ideias, em colaboração com atores locais, comunidade, artistas e empreendedores. A cidade deve utilizar as inspirações apresentadas como base para desenvolver a estética desejada, de maneira que sejam coerentes com a realidade local.

Quem deve se envolver?

Poder público, iniciativa privada, artistas locais, moradores da cidade, trade turístico e associação de atores locais interessadas em abraçar a causa.

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 fluidez que gera vitalidade

Da abundância e fluidez da água das nascentes surgem os riachos e rios que percorrem longas distâncias abastecendo muita gente e levando vida a todos os cantos. A partir do que pode ser observado como belo no curso das nascentes, uma das estratégias estéticas sugeridas é trazer para a cidade em mobiliários, elementos urbanos e na concepção paisagística de parques e praças, a forma orgânica fluída de um curso d'água. Isso significa apostar em formas mais curvilíneas, trazendo de maneira simbólica a natureza para dentro do contexto urbano, como mostram as imagens ao lado. As obras do paisagista Roberto Burle Marx também podem inspirar a realização dessas intervenções.

Aplicar o formato curvilíneo dos cursos d'água para as formas do paisagismo e calçadas urbanas;
Utilizar a água no paisagismo e intervenções artísticas que foram implantadas.

Ideias e Inspirações

As pedras dos cursos d'água compoem o cenário urbano

As pedras podem ser consideradas as guardiãs das águas nascentes, por onde começa e passam os cursos de riachos e quedas d'água.

Trazer as pedras para o paisagismo, para a pavimentação de calçadas, canteiros, muros e para a concepção de mobiliários urbanos é uma forma de aplicar o conceito do posicionamento de forma simbólica. Além de ser um material natural e resistente, quando aplicadas da maneira correta, as pedras podem gerar espaços com grande impacto estético, levando a organicidade da natureza para o cenário urbano.

As pedras podem ser usadas como elementos paisagísticos e como inspiração na criação de intervenções urbanas, trazendo uma estética natural à cidade; Podem ser exploradas de diferentes formas, em mobiliários, pavimentação etc;





Ideias e Inspirações

Valorizar a fauna que habita as águas

Com base na temática do posicionamento de Jaraguari, como Terra das Águas Nascentes, a ideia é trazer os 'habitantes aquáticos' de riachos e rios para fazer parte da estética urbana, mostrando que a água é sinônimo de vitalidade para várias espécies. Nessa linha, o foco é criar mobiliários urbanos, como bancos, lixeiras, monumentos e bicicletários, inspirados em peixes. Estes mobiliários podem estar espalhados em diversos pontos com grande circulação de pessoas, como praças, parques e ruas de apelo comercial e turístico. Além de criativos, podem gerar fotografias feitas pelos visitantes que, quando compartilhadas, prospectam o município.

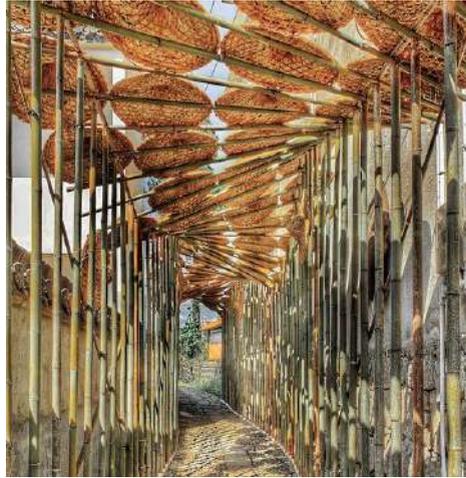
Fazer intervenções inspiradas na fauna dos rios, como mobiliário urbano e elementos no formato de peixes;
Determinar o local de instalação desses mobiliários.

Ideias e Inspirações

Levando a taboca para a cidade

A beleza do artesanato feito em Furnas do Dionísio pode ganhar ainda mais visibilidade ao ser levado para a cidade como uma estratégia de estética urbana, sendo utilizado em diferentes elementos da paisagem. A taboca, nome que também é utilizado para denominar o bambu, é um elemento sustentável encontrado na região e que representa a identidade de Jaraguari. A ideia é que se possa utilizar esse produto em diferentes ações, como no ajardinamento de canteiros de praças e parques, desenvolvimento de fachadas e coberturas comerciais, intervenções estéticas e outros usos criativos no cenário urbano.

Utilizar a taboca, que é um material sustentável, em elementos do mobiliário urbano, fachadas e decorações; Artesãos locais podem confeccionar as peças e intervenções com esse material.





Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Intervenções Criativas

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

O que é?

O intuito das intervenções criativas propostas é evidenciar a existência de diversas nascentes no município por meio de esculturas, obras de arte e espaços visualmente cativantes. Essas intervenções têm o potencial de criar uma variedade de conteúdos visuais para os visitantes de Jaraguari, com grande possibilidade de compartilhamento e promoção espontânea da cidade em diversas mídias.

A imagem ao lado é de uma escultura chamada Nau de L'aigua, que fica na praia de Cabanyal em Valência, na Espanha. O que chama a atenção nesta escultura é a estrutura simples feita de tubos de aço, que contam com jatos d'água que formam um veleiro conforme a direção que tomam.

Jaraguari pode ganhar diversas intervenções artísticas e criativas assim como o exemplo ao lado, reforçando não só o posicionamento como também se tornando uma atração para os visitantes.





Como é?

Criando pontos de destaque tendo a água como protagonista

Esta proposta busca trazer um pouco da atmosfera das águas que brotam das nascentes em Jaraguari em elementos criativos e inusitados instalados no perímetro urbano, como um pórtico que remeta ao tema, um relógio d'água e túneis de água iluminados, entre outros elementos possíveis que possam transmitir essa intenção. O objetivo é que tanto a população local, quanto os visitantes, possam entrar em contato com a água em diversos momentos, reforçando o posicionamento de Terra das Águas Nascentes.

Evidenciando a arte local de forma criativa

O trabalho artesanal feito em taboca no município pode ser ainda mais difundido através de esculturas e intervenções urbanas produzidas com esse material por artistas locais. O intuito é também explorar essa possibilidade em instalações em parques e praças, envolvendo artistas e artesãos do município e outros convidados.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Jaraguari pode estabelecer-se como um destino turístico no estado do Mato Grosso do Sul para quem tem o sentimento de amor pela água e pela natureza. Nesse sentido, é possível sugerir diversas intervenções criativas que estejam alinhadas com a identidade escolhida pela cidade de 'Terra das Águas Nascentes', e que permeiem as ruas, praças e estabelecimentos locais.

É fundamental que os artistas envolvidos encontrem inspiração tanto no posicionamento, quanto nos aspectos identitários locais, como o artesanato feito de taboca, a rapadura, a cultura quilombola e tantas outras manifestações que constituem o município e os diferentes núcleos comunitários que forma ele.

Quem deve se envolver?

Poder público, iniciativa privada, artistas locais, trade turístico, moradores e associação de atores 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 um pórtico memorável

Um dos possíveis cartões postais e elemento de grande impacto que a cidade de Jaraguari pode ter é um pórtico de entrada, que deve ser implantado em localização estratégica, como na rodovia, ou se houver algum impedimento, na principal entrada da cidade. É importante ressaltar que o pórtico deve considerar o posicionamento escolhido por Jaraguari como a Terra das Águas Nascentes para a definição de sua temática. Ao lado, apresentam-se algumas sugestões de pórticos criados por meio de inteligência artificial, utilizando como conceito 'a água que nasce da terra', priorizando materiais como estrutura em aço e madeira, além de cobertura em material translúcido para a representação das águas.

Fazer um pórtico de entrada que transmita a identidade e o posicionamento do município e seja altamente fotografável; Elementos como a água, o peixe e a terra podem fazer parte da composição estética.

Ideias e Inspirações

Clepsidra: em Jaraguari, o tempo é contado de forma diferente

Talvez muitas pessoas não tenham o conhecimento do que seja uma clepsidra, e é justamente por este motivo que ela pode se tornar uma intervenção que, além de criativa e irreverente, é também funcional. Uma clepsidra nada mais é do que um relógio que realiza a contagem do tempo de forma diferente, utilizando como mecanismo a água. O funcionamento desse relógio é muito semelhante ao de uma ampulheta, contando o tempo utilizando a água ao invés do uso da areia. A proposta de instalação dessa intervenção segue o preceito de ser um item com grande potencial de ser fotografado por visitantes.

Instalar uma clepsidra (relógio movido a água) em lugar de grande fluxo na cidade; Equipara-se aos termômetros encontrados em cidades frias, como Campos do Jordão e Gramado, altamente fotografados; Além de criativo, é um item funcional.





Ideias e Inspirações

Esculturas de taboca espalhadas pela cidade

O artesanato encantador feito de taboca pela comunidade de Furnas do Dionísio pode ganhar um espaço ainda maior na cidade de Jaraguari por meio de grandes esculturas feitas desta materialidade e espalhadas em pontos estratégicos, como ruas com grande fluxo, avenidas da cidade, praças, parques e em frente a edifícios públicos. Estas esculturas podem ter formatos de personagens importantes para a história da cidade, da fauna e flora local ou formas abstratas e orgânicas criadas a partir da criatividade dos artistas e artesãos locais que trabalham com o material. Os elementos do posicionamento também podem inspirar essas estruturas.

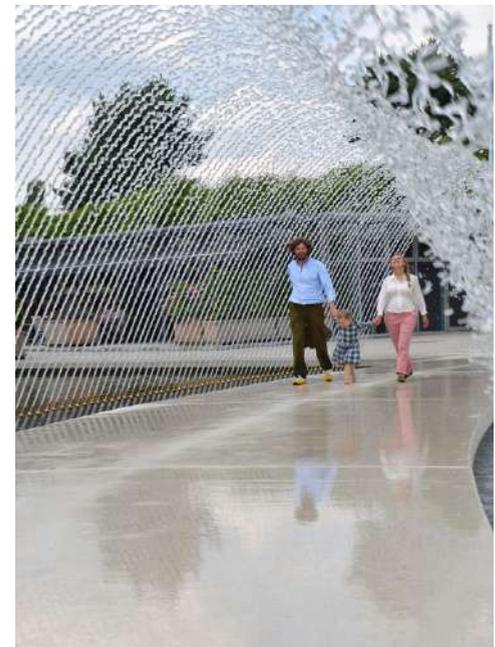
Instalar esculturas feitas de trama de taboca confeccionadas por artistas locais, podendo envolver a comunidade de Furnas do Dionísio;
Criar esculturas com formatos que possuem relação com elementos característicos de Jaraguari ou com o posicionamento.

Ideias e Inspirações

Tem que ter um túnel de água!

Um túnel formado por jatos de água pode ser uma proposta de intervenção criativa que pode ocorrer na principal praça da cidade. O objetivo desta intervenção é ser um espaço fotografável pelos visitantes, divertido e refrescante para todos que frequentam o espaço. O túnel é formado por jatos de água que formam um arco, possibilitando que os visitantes possam passar pelo túnel d'água formado pela intervenção. Além disso, o espaço pode receber uma iluminação cênica e colorida com grande impacto visual durante a noite também, trazendo vida e beleza a mais um espaço público.

Instalar um túnel de água na principal praça da cidade;
Ter luz cênica para que a intervenção cause grande impacto à noite e possa ser fotografada a qualquer hora do dia.



Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

Produtos Locais

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



O que é?

Promover a venda de produtos locais não apenas expande a visibilidade da cidade de Jaraguari para além de suas fronteiras, mas também fortalece sua identidade junto ao público externo. No âmbito local, essa iniciativa impulsiona o desenvolvimento da economia criativa, envolvendo artistas e artesãos locais na concepção e produção de artefatos.

Jaraguari possui diversos produtos locais que podem ser explorados, como a rapadura e o artesanato produzidos na comunidade de Furnas do Dionísio, que são elementos que representam o município.

É preciso que estes produtos passem por um processo de aprimoramento para que tenham maior alcance no mercado externo, além da criação de novos produtos com potencial de encantar públicos diversos e evidenciar o posicionamento escolhido pelo município. A seguir, apresentam-se exemplos inspiradores de produtos que podem ser desenvolvidos.





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, como a taboca.

Camisetas e acessórios

Vestuário com estampas de ícones da região.

Alimentos e bebidas

Produtos gastronômicos típicos da região, como a rapadura de Furnas do Dionísio.

Brinquedos e jogos

Itens lúdicos para o público infantil, como jogos, brinquedos temáticos e miniaturas.

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.



Ideias e Inspirações

Provando e levando a água de Jaraguari

Uma das principais lembranças que o visitante pode levar de Jaraguari é o elemento que inspira seu posicionamento: a água que vem de suas nascentes. A partir desta premissa, é possível tanto ofertar a água ao visitante no formato de souvenir (que inclusive pode sugerir a narrativa de que quem bebe a água de Jaraguari, sempre volta à cidade), quanto oferecer recipientes personalizados para beber esse líquido abundante no município. As imagens ao lado são exemplos de como isso pode ser explorado, com garrafas, copos e cases/ suportes para cantis, que podem ser feitos com materiais locais e de forma artesanal (utilizando, por exemplo, taboca e couro).

Ter souvenirs com a água das nascentes de Jaraguari, com a promessa de que quem bebe da água, sempre volta;
Produzir recipientes personalizados com o nome da cidade, com materiais diversos e locais (como a palha de taboca).

Ideias e Inspirações

Uma pequena nascente colecionável

E se os visitantes pudessem levar um pouquinho da atmosfera das nascentes d'água de Jaraguari após a visita? Isso foi o que inspirou a criação de pequenos souvenirs em formato de globo. Em referência aos globos de neve que podem ser encontrados em diferentes países, essa proposta busca desenvolver miniaturas das nascentes encontradas no território de Jaraguari, que podem ser reproduzidas em materiais como biscuit, cerâmica ou mini maquetes pelos artesãos locais, com a cobertura esférica em vidro ou resina transparente.

A ideia é que os Globos das Nascentes de Jaraguari também possam ser colecionáveis, tendo um globo diferente para cada nascente do município.

Produzir e comercializar souvenirs de globos com a miniatura das nascentes de Jaraguari, que podem ser colecionáveis; Envolver mão de obra local para a confecção das miniaturas.





Ideias e Inspirações

A rapadura de Jaraguari como iguaria gastronômica e souvenir

Na comunidade de Furnas do Dionísio é possível provar a deliciosa rapadura produzida pelos moradores locais, que possui diferentes sabores e é feita de maneira totalmente artesanal. Portanto, a rapadura pode ser um produto local característico de Jaraguari, comercializado em diferentes pontos do comércio, além de ser um item que pode ser levado de lembrança pelos visitantes, tendo embalagens atrativas e que remetam ao posicionamento do município.

Promover a rapadura produzida em Jaraguari como um produto local característico, a ser consumido e comprado no município;
Desenvolver embalagens atrativas e que transformem o produto em um presente ou souvenir turístico;
Utilizar imagens de nascentes d'água e embalagens biodegradáveis.

Ideias e Inspirações

Criar novas frentes de produtos usando a palha de taboca

O artesanato feito de taboca precisa ser explorado ao máximo como um produto local.

Encontrado na comunidade de Furnas do Dionísio, esse tipo de produto pode ter ainda mais protagonismo, especialmente se for aprimorado com foco em expandir as vendas para outros mercados. Para isso, é preciso qualificar os produtos existentes e criar novas linhas neste segmento, divulgando artesãos locais e capacitando novos profissionais para criar produtos cada vez mais originais e autorais. Linhas de produtos menores, que sirvam como souvenirs, podem ser feitos com foco nos turistas que visitam a cidade, além de produções voltadas a peças exclusivas de decoração e vestuário.

Criar produtos exclusivos, autorais e que valorizem a identidade de Jaraguari usando a palha de taboca;
Aprimorar e dar visibilidade à mão-de-obra local.





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.

As atrações propostas para Jaraguari levam em conta o seu posicionamento como ‘Terra das Águas Nascentes’, enaltecendo pontos turísticos naturais onde o turista possa ter contato com as águas em diferentes formatos. Nesse sentido, as atrações devem encantar e entusiasmar os visitantes, apresentando propostas para diferentes públicos. O aproveitamento do fluxo existente na BR-163 para a venda de produtos locais, instalação de um museu da cidade, de um restaurante temático e de uma fonte da boa sorte são oportunidades nesse sentido.

Ainda, é possível propor atrações que envolvam o cantor Luan Santana, que passou boa parte da sua infância frequentando a cidade, e que também já foi conhecido como o “Curi-zinho de Jaraguari” e hoje é um dos maiores nomes da música sertaneja da atualidade no Brasil.





Como é?

Novos atrativos em locais existentes

Jaraguari já possui espaços com potencial de ampliação de sua atratividade ao público externo, como é o caso do Sítio Pingo D'Ouro, que tem o diferencial de abrigar infraestrutura para lazer e aventura em suas dependências. Além disso, o aproveitamento das margens da BR-163 para a venda de produtos locais é um grande potencial que deve ser explorado por Jaraguari, tanto para a comercialização desses artefatos, quanto para atrair visitantes ao município.

Espaço com foco no posicionamento e no cantor Luan Santana

Além da oportunidade de qualificação e abertura aos turistas de espaços existentes, Jaraguari também pode explorar a oferta de novos espaços, com temáticas voltadas ao posicionamento e ao cantor Luan Santana. Isso possui o potencial de atrair fãs e entusiastas do cantor ao município, além de promover a imagem de Jaraguari para milhares de pessoas que conhecem o cantor.

O que fazer?

Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A cidade de Jaraguari 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 Jaraguari 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

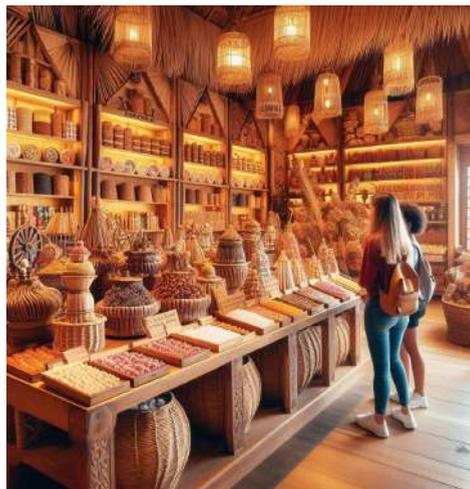
Há várias franquias e entretenimentos que podem ser atraídos para a cidade.

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 ter o ponto da rapadura!

A deliciosa rapadura de Furnas do Dionísio precisa ficar ainda mais conhecida pelos visitantes e viajantes que passam por Jaraguari. Para isso, é preciso comercializar a rapadura além dos territórios da comunidade, em um local com grande visibilidade e alcance. Tendo em vista o alto fluxo de veículos que trafegam pela rodovia que corta a cidade, uma das sugestões é que se implante um local para a comercialização da rapadura, do artesanato e de outros produtos locais às margens da rodovia. Além disso, este espaço também poderia abrigar um pequeno museu sobre a história da cidade e um espaço de produção modelo da rapadura, onde seria possível acompanhar todo o processo realizado para produzir a iguaria.

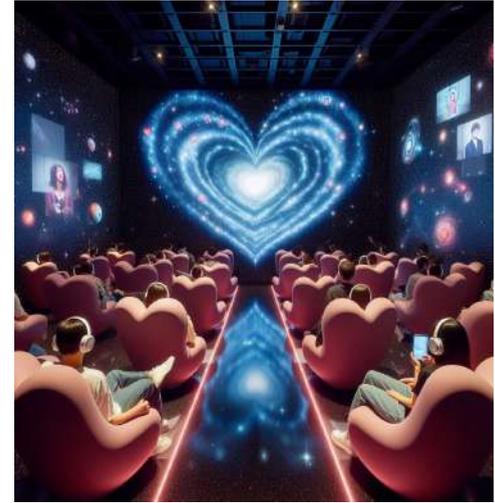
Instalar espaço para a venda da rapadura e produtos locais junto a um ponto com grande fluxo de pessoas; O Sítio Pingo D'Ouro, às margens da BR-163, pode ser um espaço interessante para isso.

Ideias e Inspirações

Luan Santana: o Gurizinho de Jaraguari

Um dos fatos mais lembrados pelos moradores de Jaraguari é que o cantor sertanejo Luan Santana, amplamente conhecido no território nacional e também internacional, passou boa parte de sua infância na cidade na casa de seus avós e usava, em suas primeiras apresentações, o nome artístico de “Gurizinho de Jaraguari”. Segundo relatos, a casa em que os avós do cantor viveram pode ser um local para sediar uma galeria ou espaço de valorização desse artista, com acervo do cantor, espaços interativos contando sua história, venda de produtos licenciados de Luan Santana e até mesmo a reprodução do ‘meteoro da paixão’.

Fazer uma galeria interativa do cantor Luan Santana, com sua história e curiosidades;
Pode ser implantada ao lado da casa que pertenceu aos avós do cantor;
Estimular o investimento por parte do setor privado e propor parceria com o cantor.



NOVAS ATRATIVIDADES



Ideias e Inspirações

Atividades de lazer e natureza no Sítio Pingo

O Sítio Pingo D'Ouro tem grande potencial de ser explorado em outras atividades, além dos eventos já realizados no local. Com localização estratégica e de fácil acesso para quem trafega na BR-163, o espaço pode incluir atividades esportivas, de lazer e de aventura voltadas à população local, turistas e visitantes, como arborismo, trilhas, tirolesa sobre as quedas d'água existentes e trenó elétrico, entre outras. O local também pode oferecer a oportunidade do visitante passar o dia, tendo quiosques para churrasco ou um jardim voltado para piqueniques. Para viabilizar as atividades, é possível fazer uma parceria entre o poder público e privado para a realização de investimentos e administração das atividades.

Oferecer atividades de lazer, aventura e de natureza no Sítio Pingo D'Ouro;
Possibilitar parceria com o setor público e agências para a gestão das atividades.

Ideias e Inspirações

Restaurante das Águas Nascentes

A BR-163 é uma rodovia adjacente à cidade de Jaraguari que recebe um grande fluxo de veículos. Contudo, o município ainda não possui pontos de parada que aproveitem esse fluxo de viajantes. Esta proposta sugere a instalação de um restaurante para almoço, jantar e lanches às margens dessa rodovia, que apresente elementos com a temática do posicionamento de Jaraguari, como 'Terra das Águas Nascentes'. Para isso, propõe-se intervenções nesse espaço que imitam córregos de rios e quedas d'água, como os exemplos apresentados ao lado. Também é possível instalar uma fonte de água potável em frente ao restaurante, com foco em ser uma "fonte da boa sorte" para o visitante que beber dessa água.

Propor um restaurante 'turistificado' com a temática do posicionamento do município, às margens da BR-163. Ter no local uma 'fonte da boa sorte' com água potável em frente ao estabelecimento.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Imersão e Vivência

*“Experiências autênticas e descobertas
memoráveis”*

O que é?

Imersão e vivência é aquele tipo de experiência que oferece ao turista uma jornada única pelo local que está sendo visitado, explorando não apenas pontos turísticos, mas também a cultura e as tradições do local em interações significativas com os habitantes, tornando a viagem inesquecível e transformadora.

Para a cidade de Jaraguari são sugeridas atividades de imersão e vivência que estejam diretamente ligadas a cultura local, como a produção do artesanato em palha e da rapadura.

A proposta que se faz aqui é tornar Furnas do Dionísio um verdadeiro caldeirão cultural, onde os turistas poderão ter diversas experiências imersivas por meio das danças, gastronomia e artesanato. Além disso, o aproveitamento das águas nascentes e dos cenários naturais para a prática de atividades que instiguem o relaxamento, a realização de terapias integrativas, vivências e yoga, também inspiram atratividades neste eixo.





Como é?

Atividades para quem ama água, natureza e o contato com a cultura local

Jaraguari pode se tornar um dos destinos favoritos para os amantes da natureza e também para aqueles que desejam vivenciar experiências culturais inesquecíveis. As experiências podem ser simples, porém devem ser criativas e únicas, permitindo que os visitantes possam experimentar o poder das águas nascentes, da cultura quilombola de Furnas do Dionísio ou das iguarias gastronômicas que o território local tem a oferecer para quem o visita.

Colocando a mão na massa e levando produtos para casa

Em Jaraguari, o visitante poderá ter a oportunidade de colocar a mão na massa e aprender na prática como se faz o artesanato de taboca ou a rapadura, tendo o prazer de provar ou poder levar para casa algo autoral, feito com o próprio esforço a partir dos aprendizados compartilhados pelos moradores e artesãos locais. A partir destas atividades propostas, o visitante vivenciará a realidade 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 ao eco-turismo, ao agroturismo e ao etnoturismo.

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

Tem que aprender a fazer rapadura

Uma das experiências memoráveis que Jaraguari pode oferecer aos visitantes é aprender a fazer a rapadura típica local junto à comunidade de Furnas do Dionísio. O foco dessa experiência é mostrar ao visitante o processo de produção da rapadura de ponta a ponta, desde a colheita da cana-de-açúcar, até o processo de finalização, com o visitante ajudando e colocando a mão na massa em todo o processo, caso seja do seu interesse. O intuito é que, ao final, o turista possa levar consigo sua própria rapadura embalada, além de compreender o processo de produção e ter uma vivência na cultura da comunidade.

Possibilitar que turistas tenham a experiência de fazer a rapadura, acompanhando desde o processo de colheita da cana-de-açúcar até a finalização;
Criar a harmonização da rapadura com outras iguarias locais.

Ideias e Inspirações

Tem que aprender o artesanato de taboca

Assim como a vivência e a imersão no doce universo da rapadura, os turistas podem acompanhar todo o processo de colheita e seleção da taboca, e também aprender a fazer um produto artesanal deste material. O intuito é que a comunidade de Furnas do Dionísio também possa apoiar a implementação dessa experiência, ou que outros artesãos locais que trabalham com a taboca possam assumir essas atividades, incluindo na vivência a história e origem deste tipo de artesanato. A concepção de um produto feito de taboca é positiva tanto para que o visitante leve para casa um artigo feito por suas próprias mãos, quanto pela imersão cultural envolvida na atividade.

Possibilitar que o turista aprenda as técnicas artesanais com a palha de taboca;
Promover oficinas de criação de produtos em que os tutores sejam artesãos locais ou integrantes da comunidade de Furnas do Dionísio.





Ideias e Inspirações

Furnas do Dionísio: um caldeirão de experiências

Furnas do Dionísio pode ser um verdadeiro caldeirão de imersões e vivências em Jaraguari voltados a turistas e visitantes. O local, além de poder oferecer atividades voltadas para a produção de rapadura ou artesanato de taboca, também pode realizar outras frentes ligadas à cultura quilombola. Exemplos disso são oficinas de dança típica no local, possibilitando que os visitantes aprendam passos como a Catira e o Engenho Novo. Além disso, a realização de uma noite cultural, em que são realizados jantares com pratos típicos, contação de causos e dramatizações, podem se tornar uma experiência única para quem visita a cidade de Jaraguari e a comunidade local.

Preservar a cultura de Furnas do Dionísio com a promoção de atividades que valorizem esse aspecto;

Criar oficinas de dança, música e gastronomia que possibilitem a imersão no contexto local.

Ideias e Inspirações

Conhecendo a paz das nascentes

A água é capaz de transmitir uma gama de experiências sensoriais com o potencial de acalmar e envolver o ser humano. Práticas milenares como a Yoga, que trabalham tanto o corpo quanto a mente, podem ocorrer em espaços naturais e serem potencializadas a partir das dimensões sensoriais que a água proporciona. Neste sentido, explorar o lado holístico da água pode ser uma das formas de atrair adeptos de práticas como terapias integrativas. Entre as práticas que podem ser abordadas, pode-se citar massagens terapêuticas, reiki, meditação e vivências de imersão, que devem acontecer em meio a natureza e junto das nascentes, aproveitando todo o potencial energético que a água proporciona.

Atrair praticantes de terapias integrativas para a cidade de Jaraguari;
Tornar as nascentes d'água e os espaços naturais convidativos para esse tipo de prática.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

Eventos Temáticos

*“Um calendário repleto de
muito entretenimento”*

O que é?

Os eventos temáticos desempenham um papel fundamental no fortalecimento e no desenvolvimento do turismo em uma cidade, atraindo visitantes e possibilitando a interação destes com a cultura local.

Os eventos temáticos pensados para a cidade de Jaraguari tem como objetivo beneficiar os diversos setores econômicos que estão ligados ao turismo, como hospedagem, gastronomia, comércio local, artesãos e serviços gerais, entre outros. O ponto crucial é a materialização e reforço do posicionamento de Jaraguari como Terra das Águas Nascentes, com propostas de eventos que visam aumentar a visibilidade das manifestações culturais e econômicas da cidade, além de promover atividades junto às nascentes do município, evidenciando esses importantes ativos naturais que inspiraram o posicionamento. Estes eventos devem entrar no calendário municipal para que consigam consolidar um público cativo a cada edição realizada na cidade.



EVENTOS TEMÁTICOS



Como é?

Tem que ter eventos 'de massa'

São atividades coletivas que por motivo esportivo, religioso, lúdico ou laboral, entre outras motivações, atraem um elevado contingente de pessoas vindas de todas as partes do país e, até mesmo, do exterior.

Tratam-se de eventos que recebem um grande público, sendo importantes pelo retorno financeiro e pela visibilidade que tem nas mídias. A cidade deve realizar pelo menos um evento anual deste porte.

Tem que ter eventos 'de nicho'

O segmento de eventos vem passando por grandes mudanças. Uma delas é o formato dos encontros, menores, para públicos específicos e fora dos grandes centros. Os eventos corporativos também diminuíram, com o fracionamento de grandes feiras e convenções. Isso é observado em festas particulares, como casamentos, aniversários e formaturas. Jaraguari pode se beneficiar desta tendência, realizando eventos menores para nichos de turistas.

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.



Ideias e Inspirações

Passeio Ciclístico pelas Nascentes

A realização de eventos esportivos envolvendo passeios ciclísticos pelas nascentes de Jaraguari pode ser uma grande fonte de atração de pessoas ao município. O evento Passeio Ciclístico pelas Nascentes de Jaraguari pode ser realizado trimestralmente, com diferentes níveis de dificuldade e tamanhos de percurso, incluindo paradas em uma, duas ou mais nascentes do município. Ele pode acontecer durante um final de semana inteiro, como forma de movimentar os restaurantes e meios de hospedagem locais. Entre os tipos de hospedagem disponibilizados, existe a possibilidade de ofertar acampamentos em propriedades que exploram o turismo rural e possuem infraestrutura adequada para receber os visitantes.

Criar um passeio ciclístico pelas nascentes de Jaraguari, com diferentes percursos e níveis de dificuldade;
Incluir paradas em empreendimentos rurais para lanches e venda de produtos.

Ideias e Inspirações

Ampliando o Festival da Rapadura

O Festival da Rapadura que ocorre em Furnas do Dionísio deve ganhar ainda mais protagonismo e se tornar uma das principais festividades do município. Durante o Festival, além da comercialização da rapadura, do artesanato de taboca e de apresentações culturais, podem ser oferecidos aos visitantes novas experiências de vivência e imersão. Outra inovação seria a realização de um concurso para escolher a melhor rapadura feita com sabores inusitados, que seriam comercializados durante a festividade e votados pelos visitantes, com o sabor ganhador entrando para a produção permanente a cada nova edição. A criação de um mascote para a festa também pode mobilizar o público infantil.

Dar mais protagonismo para o Festival da Rapadura, criando novas atrações;
Criar o concurso de sabores de rapadura;
Oferecer oficinas de imersão na cultura local durante o período festivo.



EVENTOS TEMÁTICOS



Ideias e Inspirações

EXPOJAR: uma feira com potencial de atrair

A EXPOJAR pode se tornar um evento com grande potencial de atração de pessoas até a cidade, tendo programações que agradem a diferentes tipos de público. Para isso, a feira deve contar com importante participação dos diferentes setores econômicos e do agronegócio, mostrando o que Jaraguari tem de melhor em seu setor produtivo. Também deve ganhar espaço a agricultura familiar e as comunidades, possibilitando que as mesmas possam vender produtos típicos de Jaraguari. A realização de shows e atrações para o público infantil também são importantes.

Reformular a EXPOJAR tornando-a um evento de massa com a capacidade de trazer diferentes tipos de público;
Reforçar a divulgação da festividade com o intuito de chamar o público externo para o evento.

Ideias e Inspirações

Mostra de Artesanato de Jaraguari

Para valorizar o artesanato produzido na cidade, pode ser realizada uma mostra dos trabalhos confeccionados pelos artesãos locais. Além de atrair o público geral que pode adquirir as peças, a mostra também pode ter como foco profissionais que trabalham com arquitetura e design, estimulando assim parcerias entre os artesãos e os profissionais deste segmento. Durante o evento, também podem ocorrer workshops e palestras voltadas aos artesãos e ao público que deseja aprender diferentes técnicas de artesanato, com oficinas ministradas por artistas locais e convidados. Além do artesanato produzido em Jaraguari, também é possível expandir o evento para profissionais de todo o estado do Mato Grosso do Sul, consolidando esta Mostra como um evento de relevância estadual e até nacional.

Criar uma mostra anual de artesanato da cidade de Jaraguari;
Oferecer oficinas e mesas de negociação para artesãos e empresários do segmento.





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 mix diversificado de estabelecimentos e calçadas convidativas, essa transformação reflete um ambiente seguro, fruto de uma gestão urbana atenciosa.

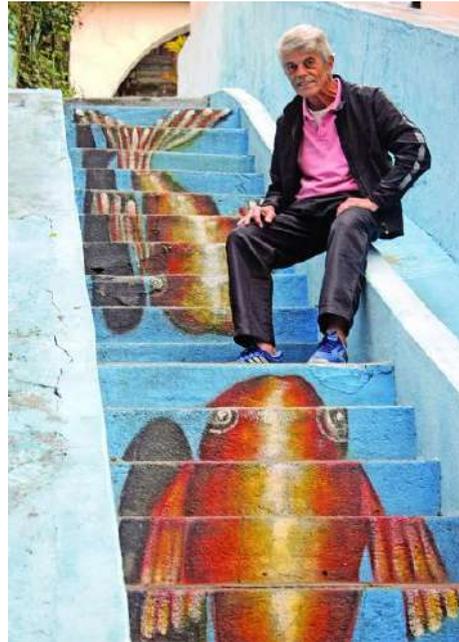
Como é?

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?

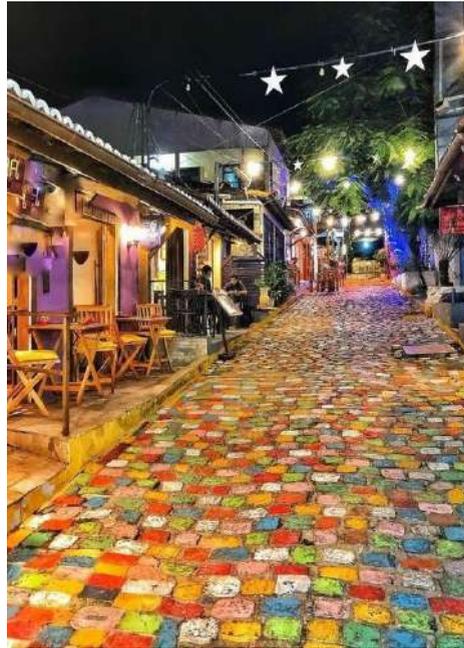
Poder público, empreendedores e pequenos negócios locais, além de associações comunitárias, dos moradores desta rua e integrantes do trade turístico local.

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 urbana, 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 as experiências oferecidas com base no público de interesse. A disponibilização de serviços de spa e relaxamento, transporte gratuito para destinos turísticos remotos, facilitar reservas de atividades, tematizar fachadas, ambientes e quartos com criatividade e criar 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 com a natureza. O Parador Casa da Montanha (Cambará do Sul, RS) e Tedesco EcoPark (São Francisco de Paula, RS) são referências importantes.

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 na cadeia de produtores e atores locais.





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; Design arquitetônico refinado e único.

Ideias e Inspirações

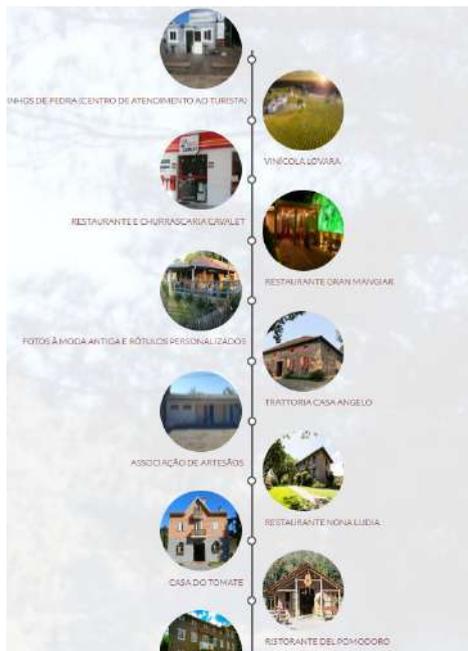
Bares e restaurantes temáticos

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 topa 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 "Círculo Monumental", conhecido também como o "Espelho d'Água". De monumentos criados por ele são os bronzes, porém de alguma forma o aqui está baseado sempre na água, na natureza, na arquitetura, quando nos movimentamos em um "Parque Urbano". A Círculo possui vistas que refletem e ressaltam a cor azul do céu e o Congresso Nacional possui a sua fachada sempre à água. Seguindo o mesmo princípio, temos também o "Parque Siqueira Campos" criado por João Pigeiras Leite, o Lúlio, que se destaca por suas curvas, para cor branca e pela relação com o azul do Lago Paranoá. Dessa forma, a escolha acabou que não poderia ser melhor para simbolizar o que representa Brasília e tudo o que ela engloba.



10 - MARCA VISUAL - IDENTIDADE

ÁREA DE PROTEÇÃO

A fim de preservar a visibilidade da marca, foi criada uma área de proteção específica. Tudo aquilo que esteja dentro e ultrapassar o limite de proteção deve ser evitado. Sendo assim, qualquer elemento gráfico deve ser evitado e respeitado para não gerar qualquer tipo de confusão com a marca, como no exemplo abaixo.



11 - MARCA VISUAL - IDENTIDADE

FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Podem permitir também aplicações em fundos fotográficos, desde que sejam mantidas a visualização e o reconhecimento da marca. Entretanto, sempre em algumas situações, a marca deve ser aplicada sobre uma área de cor homogênea da imagem.

• A escolha da imagem fotográfica deve ser relacionada aos princípios e valores da marca Brasília.



12 - MARCA VISUAL - IDENTIDADE

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.



13 - MARCA VISUAL - IDENTIDADE

CAMISETA



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

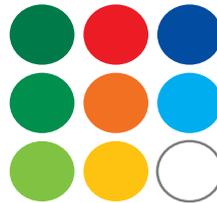
Na prática, a expressão da marca se concretiza por meio de quatro elementos gráficos essenciais que, quando coordenados, estabelecem uma identidade visual que unifica toda a comunicação.

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 Jaraguari

Evidenciando o que a cidade tem de melhor

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

Nela está evidenciado o poder das Águas Nascentes que pode ser descoberto ao visitar Jaraguari e as diversas paisagens naturais que compõem o cenário do município. A topografia acidentada que a cidade possui em determinadas áreas, e que forma belas vistas panorâmicas também é evidenciada na marca. Dessa forma o visitante é convidado a desbravar as manifestações culturais, a gastronomia e as diversas histórias que cada vale de Jaraguari guarda, o que torna a cidade um lugar mais que especial para se conhecer.

A proposta pode ser aplicada de diferentes maneiras em produtos e souvenirs vendidos na cidade, 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.



JARAGUARI

TERRA DAS ÁGUAS NASCENTES

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, 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 subirem 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 complementar 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, 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 de Jaraguari.





Ideias e Inspirações

Materiais promocionais e informativos

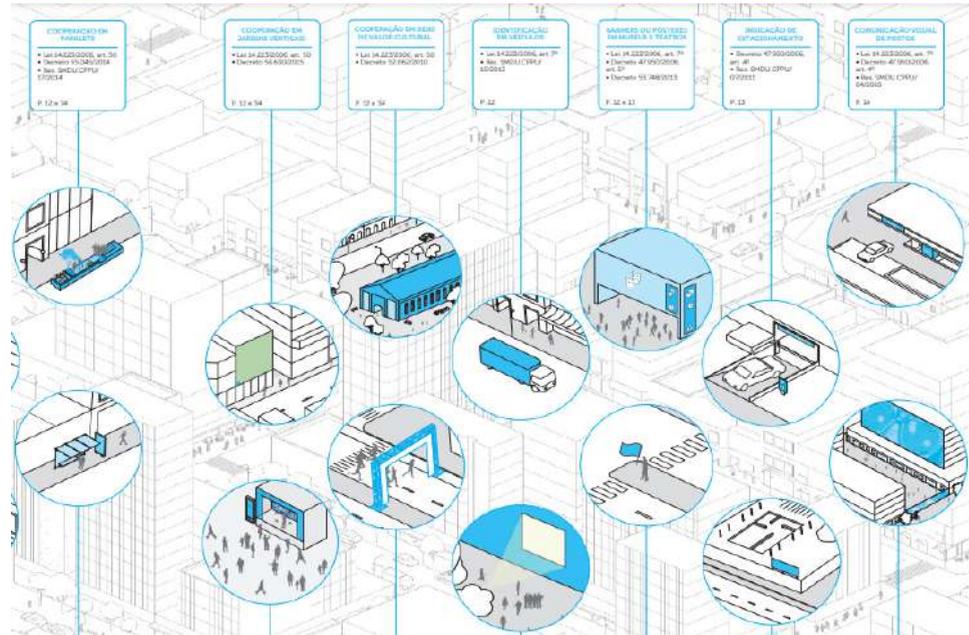
É fundamental criar materiais de apoio turístico, como mapas, folhetos e adesivos, integrando-os aos serviços cotidianos, como nas capas de cadernos escolares e na papelaria oficial da prefeitura. Essa inclusão da identidade visual em agendas e comunicados reforça a marca da cidade e, também, mantém 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

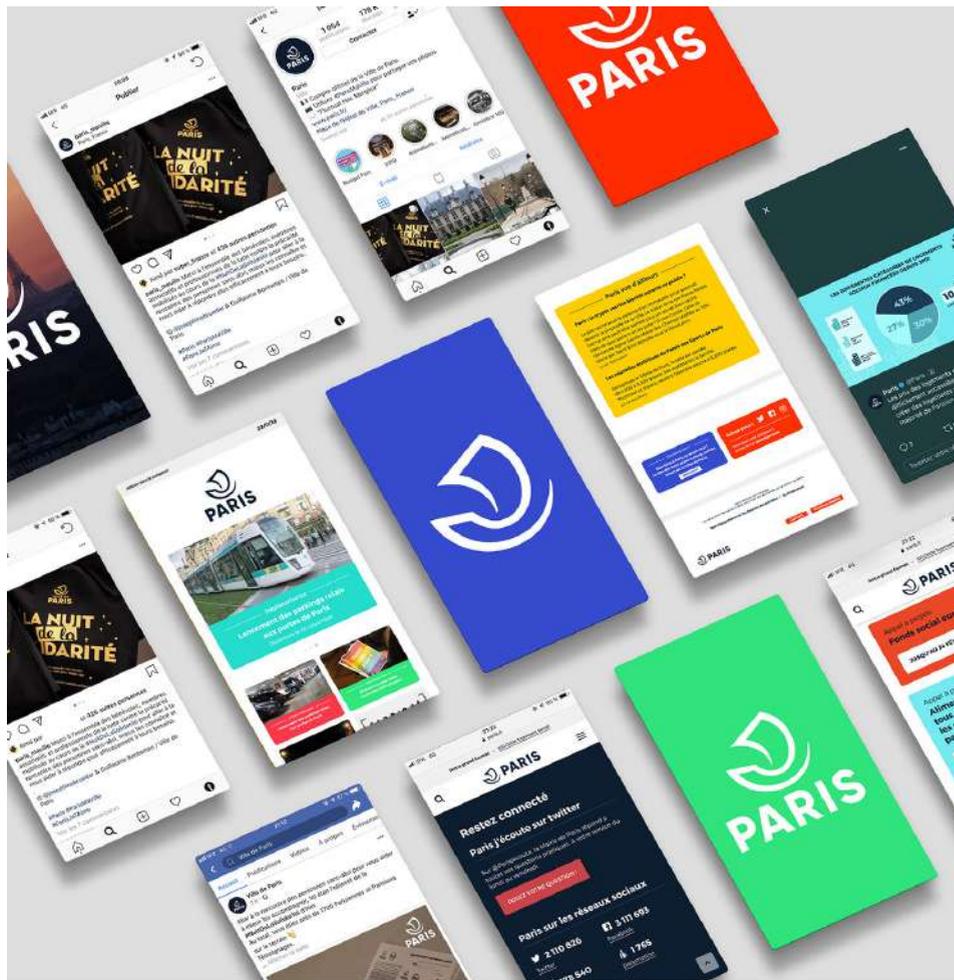
*“A cidade marcando presença no
badalado território virtual”*



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.

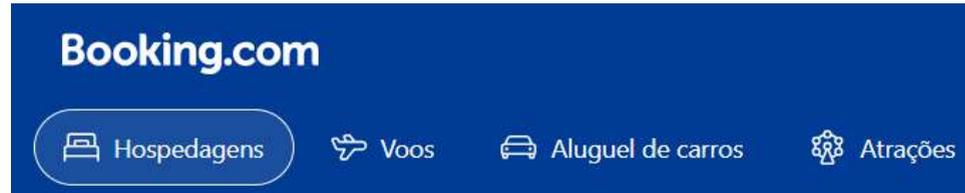
É uma maneira simples e sem custo de estabelecer presença digital;
Deve-se criar releases para divulgar atrações e enviar periodicamente para canais midiáticos estratégicos.

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



6 casas de temporada inesquecíveis na Austrália
De maravilhas arquitetônicas modernas a casas de praia clássicas em Byron Bay.



As casas espetaculares
Não imponentes no alto de...





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.

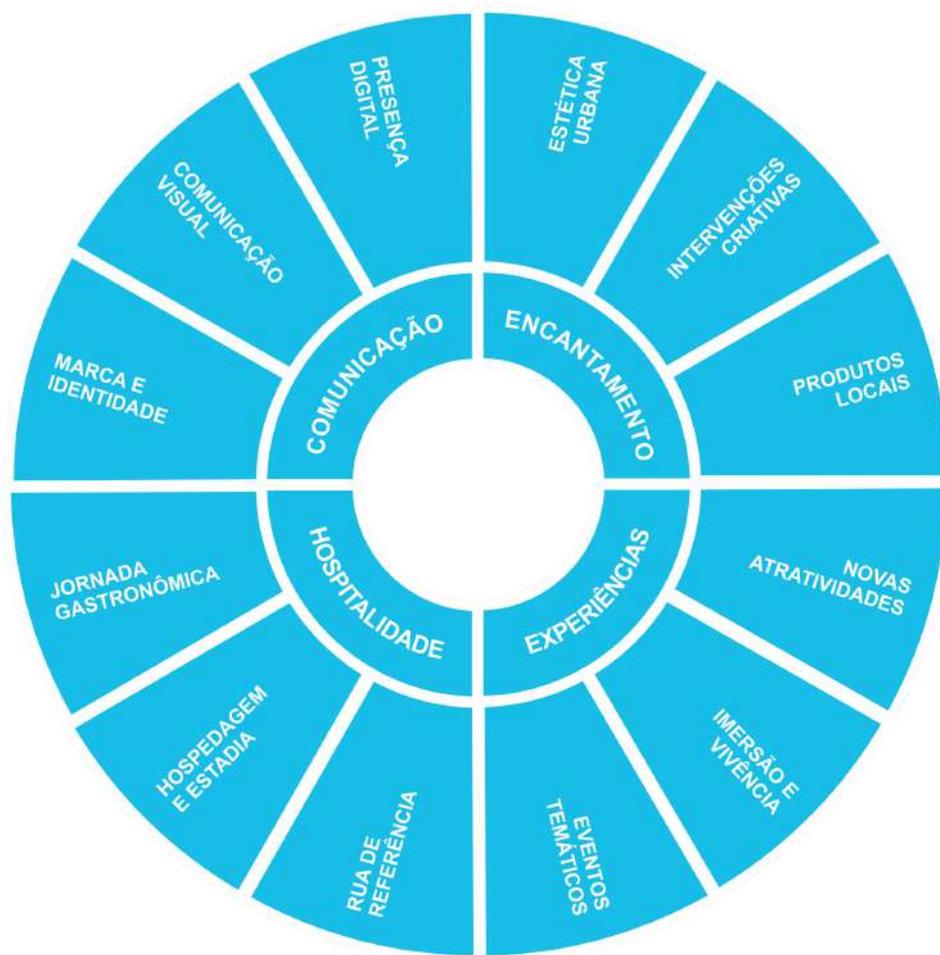
O programa não envolveu vínculos financeiros nem empregatícios e foi conduzido por meio de edital público. A seleção ocorreu no Dia Mundial do Turismo, permitindo a inscrição em diferentes redes sociais, com um limite de uma seleção por participante e exigindo um mínimo de 20 mil seguidores. Esta foi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

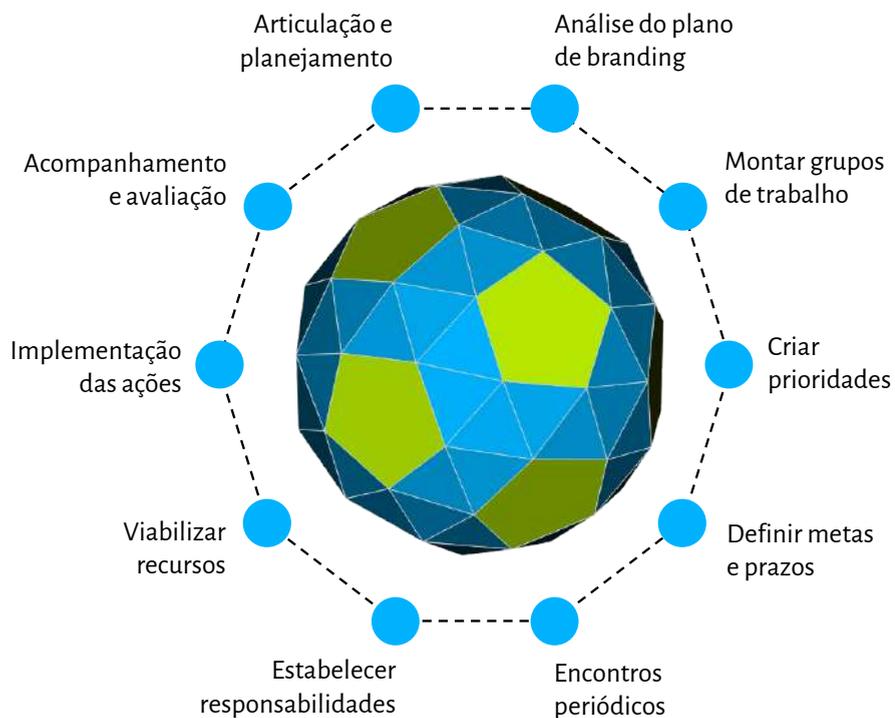
EIXO HOSPITALIDADE

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 na página 11 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.

