



Plano de Branding Territorial para

# Paraíso das Águas



## 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

## PARAÍSO DAS ÁGUAS

Gerente: Luzicarla Souza Softov  
Analista: Juliana Silva Barros  
Consultora: Luzia Louzada Neves Bezerra

## METODOLOGIA E DESENVOLVIMENTO DE CONTEÚDO

Equipe UNISINOS – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

## COORDENAÇÃO DO IPM - UNISINOS

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

## PESQUISA E PROJETAÇÃO

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

# SUMÁRIO

## 1. APRESENTAÇÃO

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

## 2. BRANDING TERRITORIAL

- 2.1 Conceituação
- 2.2 Imagens da Cidade
- 2.3 Proposta

## 3. EIXOS NORTEADORES

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

## 4. PROJETOS ESTRATÉGICOS

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

05

06

08

09

10

11

12

13

14

15

16

18

19

20

23

26

29

32

33

41

49

57

65

73

## 5. PROJETOS COMPLEMENTARES

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

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

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



# Apresentação

# APRESENTAÇÃO

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

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

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

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

**Claudio Mendonça**

Diretor-superintendente do Sebrae/MS

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

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

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

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

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

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

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

# OBJETIVOS DO MILÊNIO



O Desafio do

## **Plano de Branding**

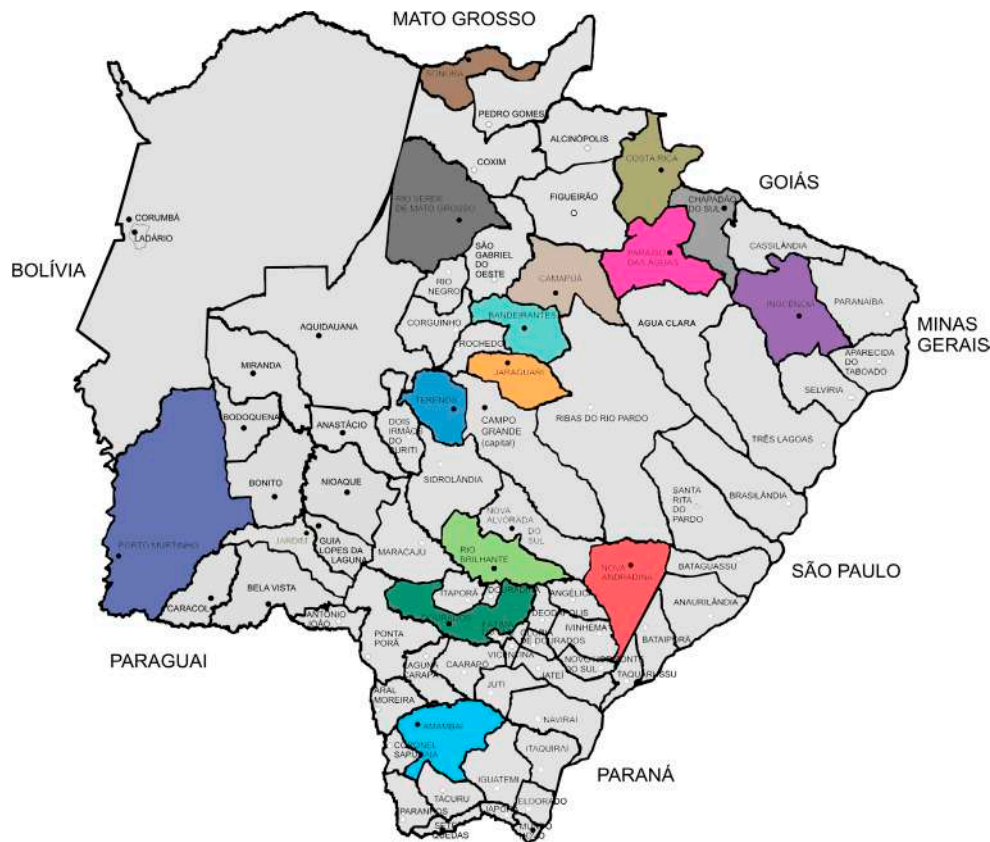
*Desenvolver projeto estratégico de branding territorial para subsidiar atores locais e agentes do SEBRAE a comunicar, qualificar e promover estrategicamente cidades empreendedoras do estado do Mato Grosso do Sul, no Brasil.*

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





# MAPA TERRITORIAL DO MS



As cidades contempladas pelo

## Projeto Estratégico

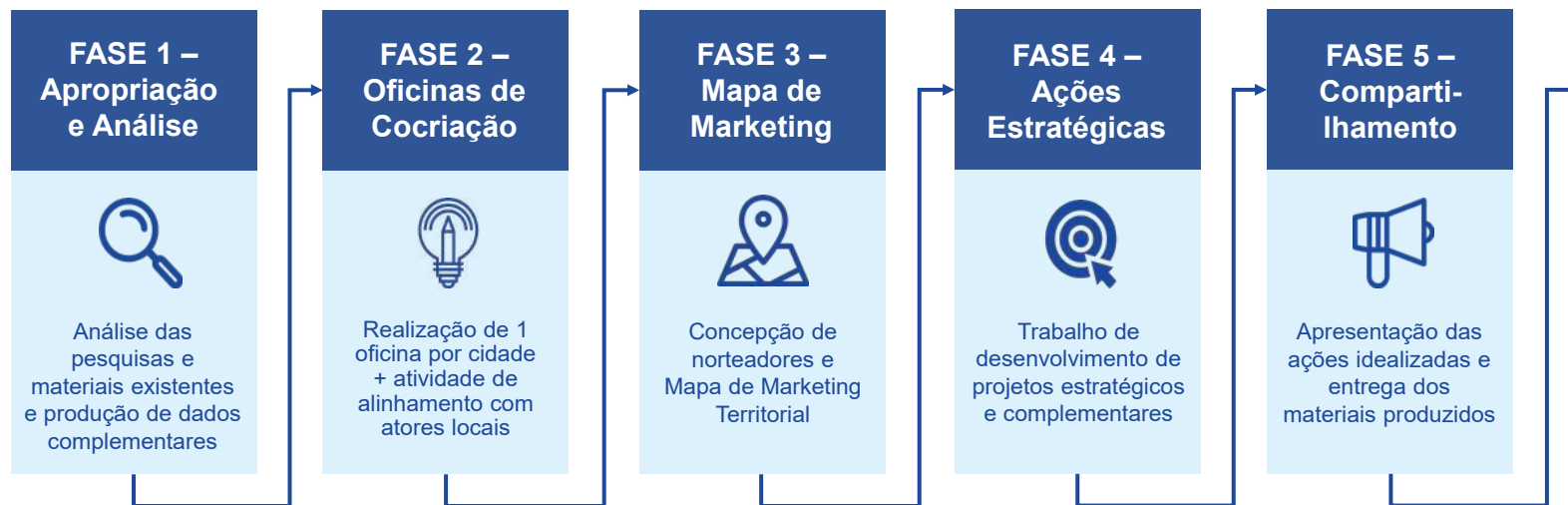
*Ao todo foram 15 cidades contempladas pelo projeto de construção do Plano de Branding Territorial desenvolvido pelo Sebrae.*

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

# PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

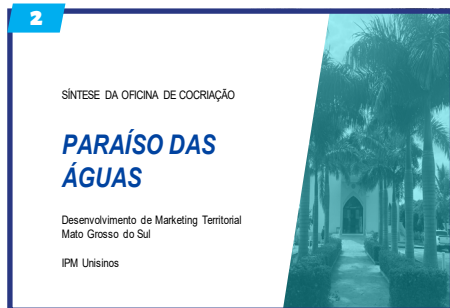
As etapas do

## *Trabalho desenvolvido*

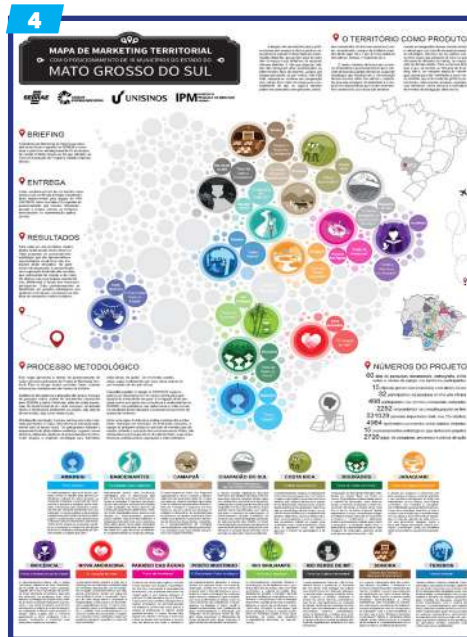


# DOCUMENTOS PRODUZIDOS

PARAÍSO DAS ÁGUAS	Identificação dos atores e da rede	Atividades planejadas	Atividades realizadas
1. Identificação dos atores e da rede	1.1. Identificação dos atores e da rede	1.2. Atividades planejadas	1.3. Atividades realizadas
2. Planejamento estratégico	2.1. Planejamento estratégico	2.2. Atividades planejadas	2.3. Atividades realizadas
3. Planejamento tático	3.1. Planejamento tático	3.2. Atividades planejadas	3.3. Atividades realizadas
4. Plano de Branding Territorial	4.1. Plano de Branding Territorial	4.2. Atividades planejadas	4.3. Atividades realizadas
5. Plano de Marketing Territorial	5.1. Plano de Marketing Territorial	5.2. Atividades planejadas	5.3. Atividades realizadas



Coluna 1	Coluna 2	Coluna 3	Coluna 4	Coluna 5	Coluna 6	Coluna 7	Coluna 8	Coluna 9	Coluna 10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
91	92	93	94	95	96	97	98	99	100



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

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

Além disso foram:

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



# Branding Territorial

# CONCEITO

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

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

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

# IMAGENS DA CIDADE



*O nome do município sugere o acesso a “um paraíso com águas”, materializado em rios, cachoeiras e ressurgência existentes, que já atraem visitantes da região para o uso desses espaços. A palavra “Fonte” remete à água e “Aventuras” promove a prática de esportes e outras atividades de entretenimento no território, como boia cross, pesca e outras já praticadas. O intuito deste posicionamento é tornar Paraíso das Águas um destino de lazer e aventura sobre as águas, fomentando a economia do turismo em todo o território.*

PROPOSTA

# Paraíso das Águas

*Fonte de Aventuras*





# Eixos Norteadores

## Os Eixos Norteadores

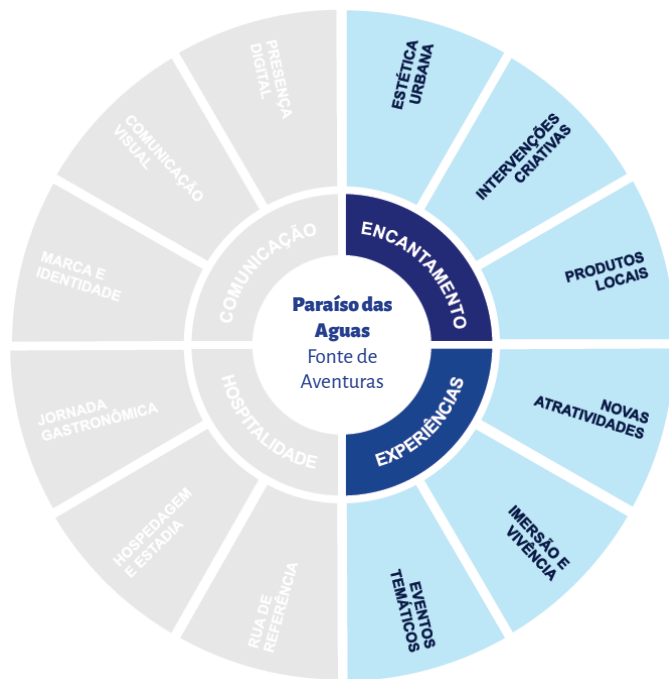
*Organizar o trabalho por partes é fundamental para a compreensão e condução eficiente de projetos complexos. A partir de pesquisas de campo, consultas online, workshops com atores locais e processos criativos de projeção, propõe-se quatro eixos norteadores que sustentarão o novo posicionamento da cidade.*

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

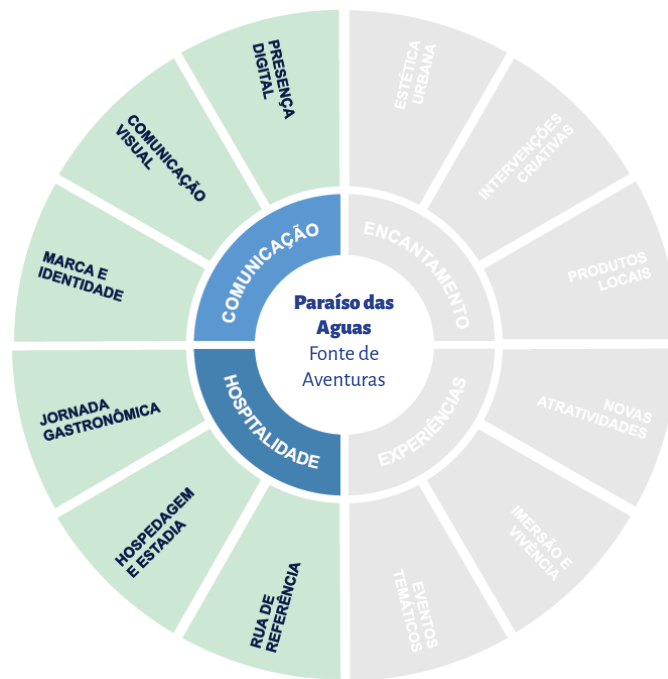


# ORGANIZAÇÃO

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



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



Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

# Encantamento

*“Ações e intervenções para  
surpreender quem chega”*



# ENCANTAMENTO



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

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

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

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

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

## Eixo Norteador

# *Encantamento*

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

### **ESTÉTICA URBANA**

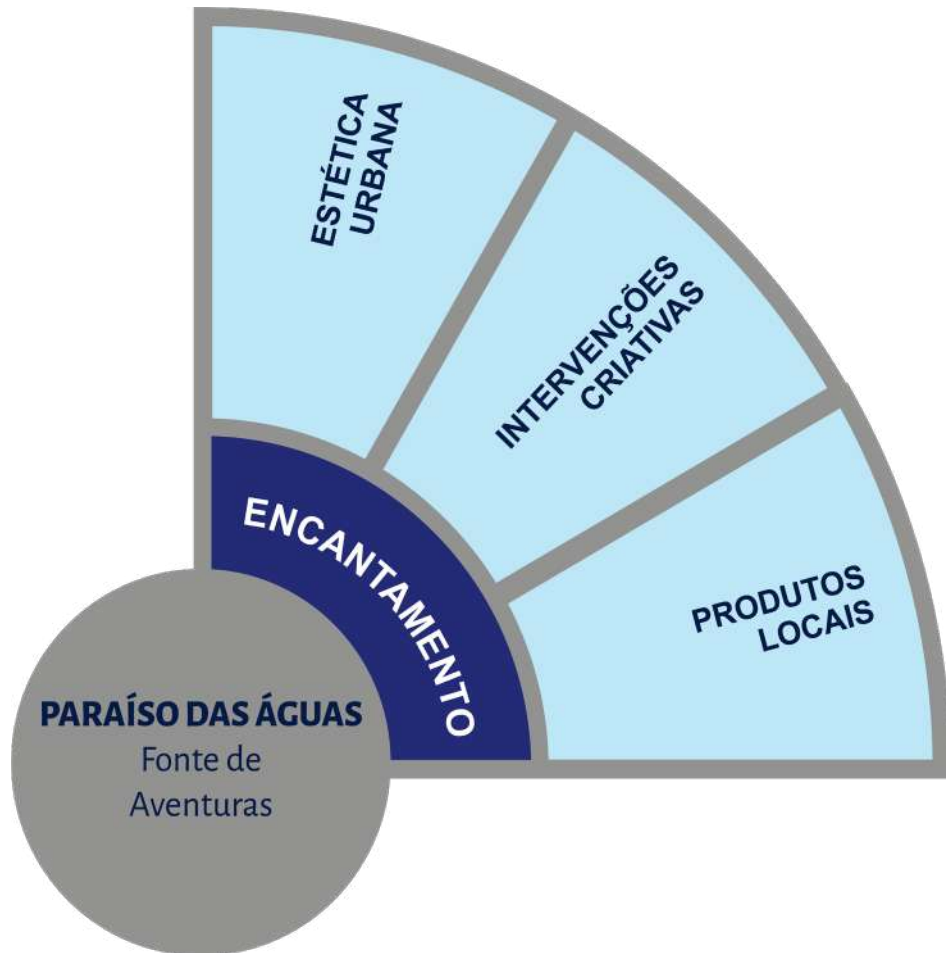
Estratégias para renovar a estética das ruas e dos espaços públicos.

### **INTERVENÇÕES CRIATIVAS**

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

### **PRODUTOS LOCAIS**

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





Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

# Experiências

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

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

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

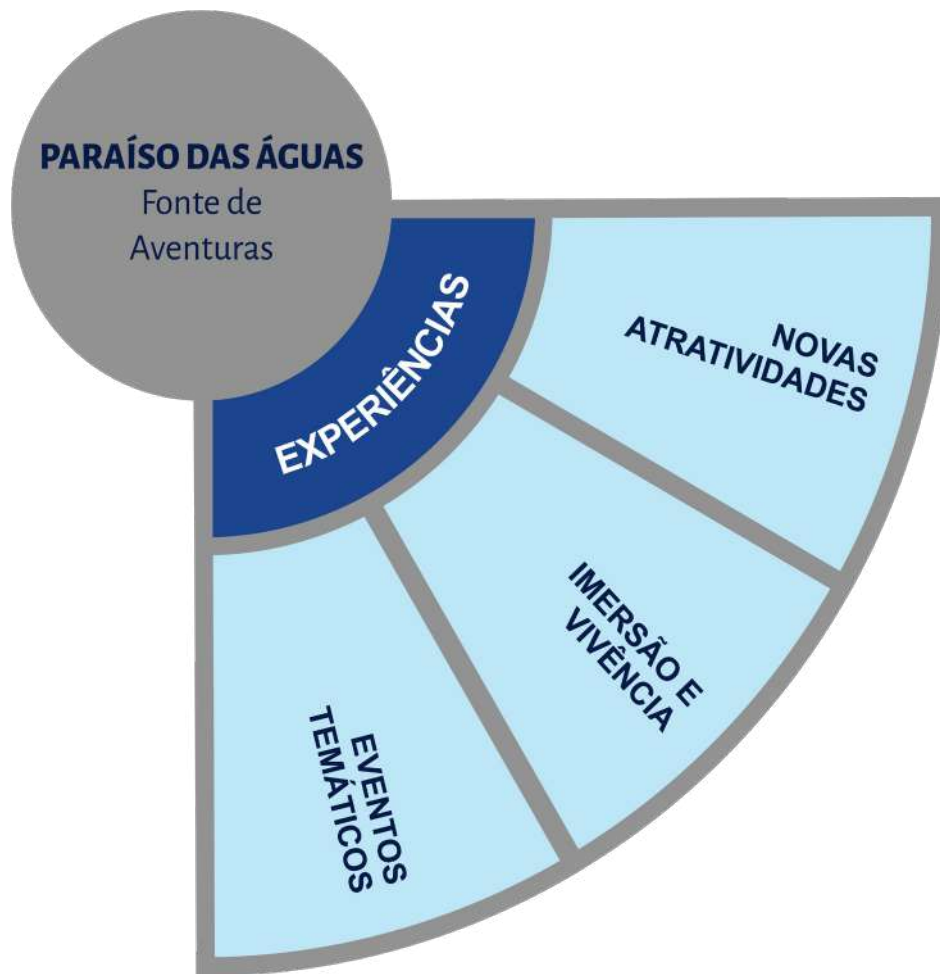
Criar um pacote de atratividades, desde pontos turísticos até programas imersivos na cultura local, é essencial para a satisfação do cliente.

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

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







Eixo Norteador

## *Experiências*

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

### **NOVAS ATRATIVIDADES**

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

### **IMERSÃO E VIVÊNCIA**

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

### **EVENTOS TEMÁTICOS**

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

Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

# Hospitalidade

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



# HOSPITALIDADE



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

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

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

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

## Eixo Norteador

# *Hospitalidade*

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

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

### **HOSPEDAGEM E ESTADIA**

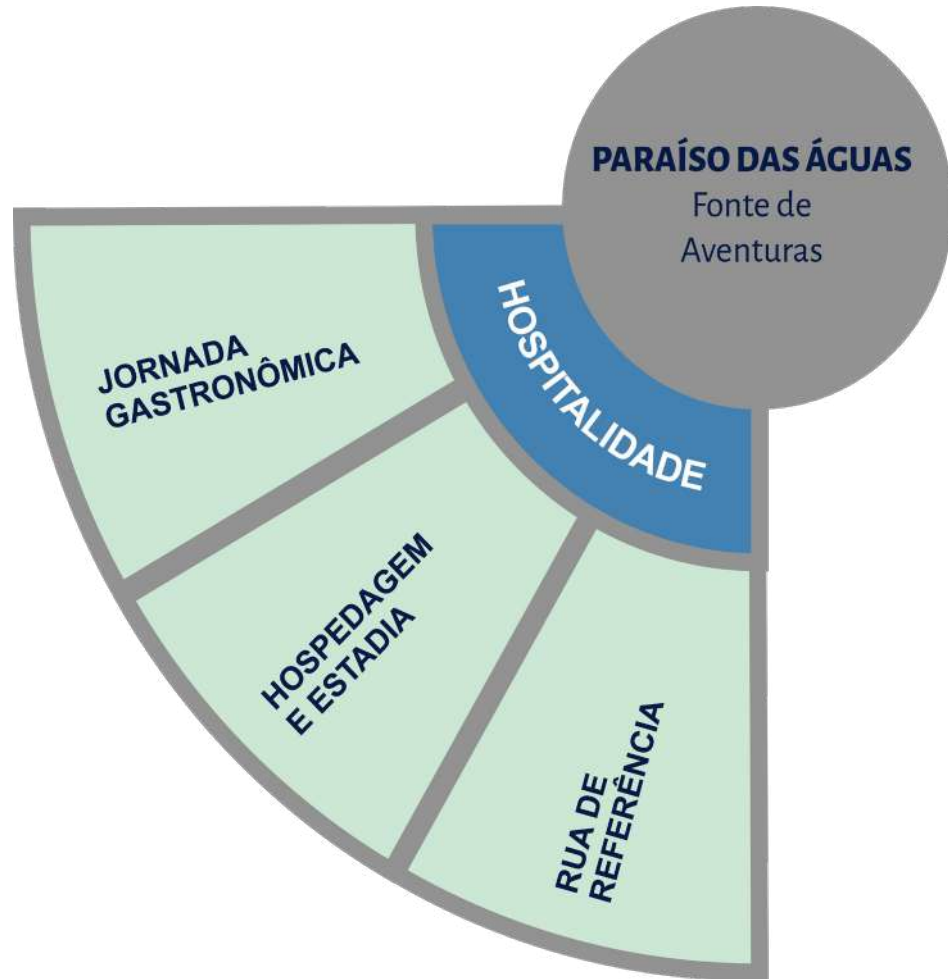
Estratégias para melhorar o que existe e inovar na oferta de acomodações para turistas.

### **JORNADA GASTRONÔMICA**

Estratégias para despertar o interesse dos visitantes por sabores locais.

### **RUA DE REFERÊNCIA**

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





Plano de Branding Territorial

Eixo norteador

# Comunicação

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

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

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

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

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





Eixo Norteador

## **Comunicação**

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

### **MARCA E IDENTIDADE**

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

### **COMUNICAÇÃO VISUAL**

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

### **PRESENÇA DIGITAL**

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



# Projetos Estratégicos





Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

# Estética Urbana

*“Estratégias para reforçar os encantos  
da cidade”*

## O que é?

*Este plano fornece diretrizes sobre elementos replicáveis que influenciam a atmosfera da identidade urbana.*

A proposta de estética urbana para Paraíso das Águas visa criar, através da integração de elementos como paisagismo, mobiliário urbano e pavimentação, um espaço que exale a identidade de ser uma “Fonte de Aventuras”.

Além disso, busca ressaltar a relevância do peixe Piau do Rabo Vermelho e das aves que podem ser observadas no município. O foco permanece em gerar pontos surpreendentes aos visitantes, e criar elementos de identidade característicos do local. A imagem ao lado foi criada com software de inteligência artificial e busca traduzir, por meio de um elemento funcional urbano (neste caso, uma luminária), um dos elementos identitários de Paraíso das Águas: o Piau do Rabo Vermelho.

A partir da estética urbana adotada, a cidade passa a ter, além de elementos funcionais, espaços que podem ser fotografáveis e que surpreendem os visitantes.





## Como é?

### Elementos identitários compondo o cenário urbano

Paraíso das Águas possui elementos naturais próprios e peculiares, que devem ser evidenciados em diferentes pontos da cidade. Nessa linha, o peixe Piau do Rabo Vermelho e o fenômeno das ressurgências podem compor o cenário urbano em elementos funcionais, como calçamentos, luminárias, lixeiras, pinturas em muros, paisagismo, entre outras oportunidades. Além disso, o turismo de observação de pássaros é um grande potencial no município, e a ideia é que esses animais também possam ser contemplados na cidade em diferentes intervenções.

### Um pouco de descanso na cidade que é Fonte de Aventuras

Paraíso das Águas, que será uma Fonte de Aventuras, também deve oferecer pontos de descanso e contemplação aos seus aventureiros. Por isso, sugere-se a instalação de mobiliário urbano próprio para uso do público em diferentes pontos da cidade.

## O que fazer?

### Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Para consolidar a estética urbana desejada em Paraíso das Águas, é necessário considerar vários elementos intrinsecamente ligados à identidade da cidade. A sugestão é que as intervenções possam ser inspiradas em elementos próprios do município, como o Piau do Rabo Vermelho, as ressurgências e a temática do posicionamento como Fonte de Aventuras. 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, prezando pela economia e sustentabilidade dos materiais e equipamentos que forem adquiridos.

### Quem deve se envolver?

Poder público, iniciativa privada, artistas locais e moradores de Paraíso das Águas.

## CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

### 1. Mapear pontos de intervenção

Definir áreas urbanas que possam receber intervenções, priorizando locais com grande fluxo.

### 2. Mapear 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 ações a serem implementadas.

### 4. Oferecer benefícios aos participantes

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

### 5. Implementar e manter

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



## Ideias e Inspirações

### As ressurgências no paisagismo e calçamento urbano

A proposta aqui é criar calçadas, paginações de pisos, jardins, canteiros ou espelhos d'água inspirados no fenômeno das ressurgências existente no município, utilizando especialmente o formato circular desse fenômeno. Dessa forma, o paisagismo de espaços públicos, como parques, praças, calçadas e muros, pode seguir este padrão, com regramentos no uso de cores, revestimentos e formatos, criando unidade no espaço urbano e transparecendo a identidade do município. Além disso, essa estética proporciona ao visitante o contato com esse importante fenômeno, além da visita ao local propriamente dito.

- Desenvolvimento de padronagens que sejam inspiradas no fenômeno das ressurgências;
- Definir locais em que essas intervenções possam ser instaladas;
- Incentivo para que os moradores repensem suas calçadas seguindo essa identidade.

## Ideias e Inspirações

**Tem que ter onde descansar entre uma aventura e outra**

Paraíso das Águas, como uma verdadeira Fonte de Aventuras, irá oferecer diversas atividades que demandarão muita energia dos visitantes. Portanto, essa proposta busca instigar a instalação de locais para repouso e contemplação em espaços públicos e privados, como espreguiçadeiras, cadeiras de balanço e redários em praças e parques públicos da cidade. A ideia é oferecer pontos de descanso aos visitantes entre uma aventura e outra, além de ser um espaço onde os munícipes podem descansar e contemplar as belezas da cidade em pequenas pausas da sua rotina.

Criação de mobiliários especiais para descanso, atendendo as necessidades de visitantes e moradores que buscam viver momentos de aventura e lazer em Paraíso das Águas.





## Ideias e Inspirações

### O Piau do Rabo Vermelho em diferentes manifestações

O Piau do Rabo Vermelho pode ser outro elemento de destaque no paisagismo e cenário urbano, aparecendo de forma simbólica em intervenções como mobiliários (lixeiras, luminárias, bicicletários, etc.), na sinalização (em placas de orientação ou informativas) e também na estética de fachadas comerciais, explorando formas e texturas. Assim, os elementos que fazem parte da identidade do município aparecem de forma gradativa, transmitindo a mensagem que Paraíso das Águas quer deixar aos seus visitantes.

Criação de sinalização artística e temática;  
Implantação de mobiliários que façam alusão ao Piau do Rabo Vermelho;  
Pinturas em muros, utilizando diferentes técnicas;  
Fachadas temáticas inspiradas no peixe que é símbolo de Paraíso das Águas.

## Ideias e Inspirações

### Observando aves na zona urbana

Assim como o Piau do Rabo Vermelho, as aves também podem fazer parte do conjunto de elementos simbólicos que qualificam a estética urbana de Paraíso das Águas. Em referência ao turismo de birdwatching (observação de pássaros), com potencial de ser desenvolvido no município, a ideia é também poder encontrar diferentes aves no espaço urbano, criando uma atmosfera de integração entre essa zona e as belezas naturais de Paraíso das Águas.

Para isso, deve-se explorar a temática em fachadas, muros, sinalização, pinturas artísticas, entre outras oportunidades. Também é possível mapear as espécies de aves mais encontradas no município e priorizá-las nessas intervenções.

Trabalhar as aves como elemento de estética urbana em muros, fachadas e pinturas;  
Mapear as aves mais encontradas no município e usá-las como inspiração;  
Verificar espaços para essa intervenção e possíveis interessados da iniciativa privada.







Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

# Intervenções Criativas

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

## O que é?

*Este projeto traz orientações para o desenvolvimento de marcos referenciais urbanos que confirmam e reforçam o posicionamento.*

O intuito das intervenções criativas propostas para a cidade de Paraíso das Águas é reconhecer o potencial da cidade em ser o local perfeito para vivenciar aventuras na água ou fora dela. Essas intervenções criam uma variedade de conteúdos visuais atrativos, que estimulam o compartilhamento em redes sociais e a divulgação espontânea do município.

A ideia é que o posicionamento possa ser evidenciado de forma inusitada, como a instalação de fontes de água de diferentes tipos e formatos, além de elementos que fazem parte das aventuras propostas no município em intervenções criativas e surpreendentes. O foco deste projeto é justamente criar pontos de intervenção na cidade de forma criativa, que surpreendam quem visita o município e sejam motivo de alegria e orgulho para a população local.



# INTERVENÇÕES CRIATIVAS



## Como é?

### Uma cidade com muitas fontes

A partir do posicionamento escolhido, Paraíso das Águas passa a ser conhecida como uma cidade que é “Fonte de Aventuras”. Pensando nisso, as intervenções propostas buscam surpreender os visitantes através de elementos que representam o posicionamento, como a presença de diversas fontes de água criativas e divertidas na cidade. As fontes de água remetem tanto ao termo “fonte”, presente no slogan, quanto ao elemento “água”, que faz parte de diversas aventuras propostas no município.

### Elementos inusitados que garantem divulgação espontânea

Além das fontes de água criativas e inusitadas, outros elementos surpreendentes são propostos, como forma de gerar a divulgação espontânea do município em diferentes mídias. Sugestões como um pórtico de entrada atrativo, além de intervenções em diferentes escalas, como um Piau customizável, são propostas que buscam diferenciar Paraíso das Águas como um destino.

## O que fazer?

### Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

Implementar este projeto em Paraíso das Águas contribui para sua atratividade e ajuda a reforçar o posicionamento pretendido, além de poder ser viabilizado aos poucos, por meio de intervenções singulares e pontuais. É fundamental que essas intervenções sejam precisas na transmissão de seu significado, pois representam uma oportunidade única de materializar o posicionamento da cidade.

Identificar locais adequados, envolver a comunidade, alinhar temas, gerenciar recursos e avaliar o impacto são passos importantes que devem acontecer. As intervenções devem refletir a identidade local, conectando-se ao posicionamento do município como Fonte de Aventuras.

### 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 fontes divertidas**

O posicionamento da cidade como “Fonte de Aventuras” sugere a existência de fontes no município, que podem ser de diversos tamanhos e estilos, espalhadas em diferentes pontos da cidade. A ideia é instalar fontes de água inusitadas, que encantem os visitantes e sejam motivo de orgulho aos munícipes, estimulando o compartilhamento em redes sociais. Deve-se instalar essas fontes em pontos distintos do município, priorizando praças e espaços públicos com grande fluxo de pessoas, em locais que propiciem o registro de fotos. Pode-se propor também concursos para a criação de fontes inusitadas, com o apoio de instituições de ensino, entidades e associações.

Instalar fontes criativas e divertidas em praças e parques da cidade;  
Ter espaços para fotos junto à esses locais;  
Promover concursos para a criação de novas fontes inusitadas.

## Ideias e Inspirações

### Um pórtico paradisíaco

Um pórtico de entrada atraente para Paraíso das Águas é um elemento de destaque importante para diferenciar o município em sua região. Esse pórtico deve ser posicionado estrategicamente ao longo da rodovia que dá acesso ao município, convidando os passantes a conhecer um pouco mais do Paraíso. É importante destacar que esse pórtico deve refletir o posicionamento da cidade como Fonte de Aventuras, tendo elementos que sejam alusivos a essa temática, como a água e as aventuras que são oferecidas na cidade (boia cross, rafting, entre outros). As imagens ao lado buscam inspirar essa criação, trazendo formatos e elementos que podem compor um pórtico de destaque para o município.

Construir um pórtico com base no posicionamento proposto;  
Definir um local na rodovia com grande fluxo de pessoas;  
Ter um local de parada para fotos.



# INTERVENÇÕES CRIATIVAS



## Ideias e Inspirações

### Nem só humanos visitam o Paraíso

A premissa desse projeto é brincar com o imaginário dos visitantes ao transformar acessórios que são utilizados durante o período de férias em intervenções “para gigantes”. Objetos como espreguiçadeiras, óculos de mergulho, boias e outros elementos devem ser apresentados em grande escala, tornando-se figuras altamente instagramáveis e inusitadas. Essas intervenções também podem assumir papéis funcionais, como ser um abrigo do sol, ser um brinquedo para crianças (como o snorkel, que pode virar um escorregador), além de ser uma estética atrativa para pontos de venda de produtos (como na imagem ao lado, da cesta de piqueniques). O intuito é que, além de altamente fotografáveis, essas intervenções possam apoiar narrativas de “visitantes inusitados” no Paraíso.

Criar esculturas de objetos relacionados à atividades aquáticas e de lazer em tamanho gigante e instalá-las em pontos estratégicos e de grande visibilidade.

## Ideias e Inspirações

### Tem que ter um Piau customizado

Propõe-se a concepção de uma estrutura neutra do peixe Piau do Rabo Vermelho, que permita a intervenção de artistas locais ou convidados periodicamente. Essa intervenção deve ficar em um local de fácil acesso e com bom fluxo de pessoas, e ter estrutura neutra que permita que os artistas consigam realizar trabalhos usando diferentes tipos de texturas e materialidades, conforme as temáticas que serão abordadas por eles. Essas temáticas podem ser inspiradas em temas importantes para a cidade (como uma customização especial no aniversário do município), ou apenas guiadas pela inspiração do artista. A ideia é que este elemento seja sempre surpreendente aos munícipes e visitantes.

Criar estrutura neutra de um Piau do Rabo Vermelho que possa ser customizada por artistas locais ou convidados;  
Definir um calendário de intervenções, com propostas temáticas e artísticas.







Eixo Encantamento

Projeto Estratégico

# Produtos Locais

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

## O que é?

*Este plano oferece diretrizes para realçar os produtos locais e criar novas oportunidades em Paraíso das Águas.*

Promover a venda de produtos locais não apenas expande a visibilidade do município 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.

Paraíso das Águas possui produtos locais que podem ser ainda mais evidenciados, como o Queijo Brun, que já é amplamente conhecido, além da oportunidade de criação de novos produtos com base em elementos identitários.

É preciso que estes produtos sejam aprimorados para que tenham maior alcance no mercado externo, além da criação de novos produtos com potencial de encantar públicos diversos e difundir o posicionamento escolhido pelo município de maneira contínua e exitosa, evidenciando o melhor de Paraíso das Águas.





## 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 de aves e o Piau.**

Representações de aves e do Piau Vermelho em miniaturas colecionáveis.

### **Artesanato e decoração**

Obras de artesãos locais confeccionadas em cerâmica ou outro material encontrado na região.

### **Camisetas e acessórios**

Vestuário com estampas de ícones da região.

### **Alimentos e bebidas**

Produtos gastronômicos típicos da região, como o Queijo Brun.

### **Brinquedos e jogos**

Itens lúdicos para o público infantil.

## 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

### Produtos inspirados no Piau Vermelho

O peixe Piau do Rabo Vermelho, encontrado em poucos locais do Brasil e que é abundante em Paraíso das Águas, deve ser tratado como um ícone local também no desenvolvimento de produtos. Nessa linha, é possível criar diversos souvenirs, como chaveiros, mascotes de pelúcia, miniaturas, cerâmicas, itens de moda, entre outras oportunidades, com foco neste peixe. A realização de capacitações de artesãos locais para desenvolver esses produtos, além de parcerias com empresas que façam esse tipo de trabalho, são fundamentais para a implementação dessa ideia. Além disso, é importante que a venda dos produtos seja feita em locais de fácil acesso aos visitantes, também podendo ser vendidos on-line.

Criar linha de souvenirs inspirados no peixe Piau do Rabo Vermelho;  
Envolver a comunidade e artesãos locais;  
Promover oficinas com especialistas para a criação dos produtos.

## Ideias e Inspirações

### O Queijo do Paraíso

O queijo produzido em Paraíso das Águas já se tornou uma iguaria conhecida no estado do Mato Grosso do Sul e também fora dele. Tendo em vista sua fama local já consolidada, este queijo pode ser considerado um produto local com capacidade de levar o nome do município a outras localidades. Para isso, é importante que a venda deste produto seja feita em locais de fácil acesso aos visitantes, como em pontos de venda na parte central da cidade (além do ponto existente às margens da rodovia), e em locais estratégicos em outros municípios do MS. Outra oportunidade é fazer versões menores dos queijos existentes, com embalagens atrativas e que sejam destinadas a presentear.

Ter pontos de venda do famoso queijo de Paraíso das Águas no perímetro urbano e em outros municípios;  
Fazer tamanhos menores do queijo, para presentear.



# PRODUTOS LOCAIS



## Ideias e Inspirações

### Aves em miniatura e na moda

A oportunidade de realização do turismo voltado ao birdwatching pode ser aproveitada também em produtos e souvenirs característicos dessa temática. Como proposta, podem ser elaboradas miniaturas de aves encontradas na região, observadas durante trilhas no município, além de elementos de moda e vestuário, como pulseiras, camisetas, chapéus e outros acessórios relacionados. Esses produtos podem ser confeccionados localmente ou regionalmente por artesãos e designers, utilizando diferentes materiais e prezando sempre por insumos locais e sustentáveis.

- Criar uma linha de miniaturas de aves que podem ser observadas na região;
- A linha de produtos pode se estender para itens como acessórios e vestuário, como camisetas com estampas de espécies nativas da região;
- Promover a mão de obra artesanal local.

## Ideias e Inspirações

### Pra levar a Água Milagrosa no peito

As ressurgências são fenômenos naturais únicos que ocorrem em locais muito específicos, o que as torna ainda mais especiais. Aliado a esse potencial, em Paraíso das Águas a água das ressurgências é considerada milagrosa, com base em lendas e histórias de pessoas que se curaram após ter contato com ela. Essa proposta busca aproveitar esse potencial por meio de uma linha de pingentes-cápsula, em que uma pequena quantidade de água das ressurgências é armazenada e colocada em um colar, dando a possibilidade do turista levar consigo a água milagrosa. Ao lado, são apresentados alguns modelos de pingentes criados por meio de software de inteligência artificial.

Criar uma linha de pingentes-cápsula onde uma pequena quantidade de água das ressurgências pode ser armazenada; Conectar o pingente à narrativa da água milagrosa, tornando-o um valioso amuleto.







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 Paraíso das Águas levam em conta o seu slogan “Fonte de Aventuras”, buscando propor atividades que estejam alinhadas a essa temática, como o uso das águas de rios e represas para a prática de aventuras, ou novas propostas voltadas ao público infantil e adulto. As ideias sugeridas levam em conta potenciais percebidos no município, como o desenvolvimento do turismo de observação de pássaros, ter um espaço para receber crianças em época de férias escolares, oferecer atividades de aventura junto às águas, além de propor ideias mais ousadas utilizando os termos “fonte” e “água” como inspiração. As ideias sugeridas nesse projeto buscam inspirar a criação de novos atrativos inusitados e com grande potencial de atrair pessoas ao município, dispostas a se aventurarem em um verdadeiro e divertido Paraíso das Águas.



# NOVAS ATRATIVIDADES



## Como é?

### Transformando Paraíso das Águas em uma Fonte de Aventuras

O slogan do município como “Fonte de Aventuras” sugere um local onde é possível vivenciar diversas atividades nessa linha. Pensando nisso, as propostas apresentadas nesse projeto estratégico buscam oferecer aos visitantes e munícipes aventuras diversas, especialmente aquelas que envolvem a água e os potenciais naturais do município. A aventura neste caso não é vivenciada apenas a partir de atividades radicais, mas por todas aquelas que geram algum tipo de emoção, diversão e ‘frio na barriga’.

### Ter atrativos para toda a família

Um dos fatores que influenciam a visita até um local é saber se este espaço atende as necessidades dos diferentes públicos, como ter atrações para crianças, adolescentes e adultos, incluindo todos os membros da família. Por isso, as atratividades propostas nesse projeto buscam oferecer atividades diversificadas, voltadas a todas as idades.

## O que fazer?

### Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A cidade de Paraíso das Águas 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 Paraíso das Águas 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

### Mirante das Aves

A proposta desta nova atratividade é prestigiar a natureza encantadora de Paraíso das Águas e incentivar a prática de birdwatching (turismo voltado aos admiradores de aves) em terras locais, de maneira consciente, preservando a natureza. O Mirante das Aves é uma torre onde é possível observar esses animais em seu habitat natural, que poderia ser construído junto a Unidade de Conservação existente na cidade. No mesmo espaço do mirante, poderiam ser oferecidas trilhas de observação dessas aves, coordenadas por guias especializados, além de um café ou venda de lanches, com loja de souvenirs, cujo lucro poderia ser revertido para a manutenção da atração.

Construir um mirante para a observação de aves na Unidade de Conservação existente; Ter no local venda de souvenirs relacionados, com lucro revertido para a manutenção do espaço.

## Ideias e Inspirações

### Colônia de Férias no Paraíso

Nesta proposta, sugere-se a implantação de uma colônia de férias na cidade de Paraíso das Águas. Essa atração pode acontecer em parceria com outro empreendimento turístico, como algum parque ou balneário junto à natureza, ofertando atividades como ginças e atividades recreativas comandadas por instrutores, acampamento, trilhas, arvorismo, etc. A ideia é que esse empreendimento possa atrair o público infantil e jovem em época de férias escolares, proporcionando experiências memoráveis e cheias de aventuras, reforçando o posicionamento do município.

Incentivar investimentos em uma colônia de férias voltada para o público infanto-juvenil;  
Tornar o local um dos principais destinos turísticos durante as férias escolares no estado do Mato Grosso do Sul;  
Promover atividades diferenciadas e voltadas para este público.





## *Ideias e Inspirações*

### **Um Paraíso das Águas sobre as águas**

A proposta desta atratividade sugere a criação de um parque de aventuras e entretenimento inflável, totalmente sobre a água, que pode ser instalado em um dos lagos represados no território local. Essa atração pode oferecer um grande circuito de atividades que o visitante deve ser desafiado a realizar, com diferentes níveis de dificuldade, sendo atrativo para todos os públicos. Além disso, como forma de viabilizar a realização desta ideia, é possível instalar alguns aparelhos inicialmente e ir agregando aos poucos novos equipamentos. A iniciativa privada deve fazer os investimentos necessários, bem como a gestão do funcionamento do local, com apoio e incentivo do poder público.

Criação de um parque aquático inflável sobre as águas represadas;  
Oferecer áreas de apoio ao visitante, como restaurante e área para camping.

## Ideias e Inspirações

### Um campo minado... de água!

O foco dessa proposta é fazer um grande tabuleiro de concreto, com jatos d'água espalhados em pontos específicos do tabuleiro, que fossem ligados de forma aleatória simulando um "campo minado". Dessa forma, crianças e adultos se divertiriam nessa atração, na tentativa de escapar dos jatos d'água ou adivinhar qual seria o próximo acionamento. Este espaço poderia ser implantado em uma praça da cidade, sendo uma atividade totalmente gratuita para os visitantes e munícipes, ajudando também a refrescar nos dias mais quentes do verão. Além de ser um atrativo inusitado, esta proposta também é uma intervenção criativa capaz de estimular muitas fotos e mídias espontâneas por sua beleza e originalidade.

Criar um tabuleiro de "campo minado" com jatos de água em uma praça importante da cidade; A atração deve ser bem iluminada para que seu funcionamento seja diurno e noturno.





Eixo Experiências

Projeto Estratégico

# Imersão e Vivência

*“Experiências autênticas e descobertas  
memoráveis”*



## O que é?

*Imersão e vivência é aquele tipo de experiência inusitada, que oferece ao turista uma jornada única pelo local que está sendo visitado, explorando não apenas pontos turísticos, mas também experiências marcantes vivenciadas de forma ativa.*

Paraíso das Águas possui atrativos naturais que merecem ser evidenciados e experienciados, tornando-a uma verdadeira fonte de aventuras imersivas e radicais. Por isso, o foco desse projeto é propor atividades em que os visitantes poderão ter contato com espaços naturais do município, em especial as águas, para a prática de atividades diversas, como esportes radicais, passeios e atividades de contemplação e relaxamento. O fenômeno das ressurgências, algo único e raro em território estadual e nacional, também deve ser explorado de forma consciente e ao mesmo tempo estratégica, tanto em visitas ao local, quanto pela história e narrativa que envolve esse espaço.



# IMERSÃO E VIVÊNCIA



## Como é?

### Para quem ama esportes de aventura

Paraíso das Águas pode se tornar um dos destinos favoritos para os amantes de esportes de aventura sobre as águas. As altas temperaturas do verão do Mato Grosso do Sul, somado ao fato de os municípios próximos terem pouco acesso a atrativos com água, faz com que esse tipo de imersão tenha ainda mais potencial. A ideia é que as atividades tradicionalmente praticadas no município (como o boia cross) ganhem ainda mais força, além da criação de novas atividades nessa linha.

### Experiências que geram conexão

Em Paraíso das Águas, o visitante também poderá vivenciar atividades relaxantes e de contemplação, além de aventuras mais radicais. Para isso, sugere-se a realização de experiências gastronômicas sobre as águas, com a contemplação do pôr do sol, além de passeios relaxantes de canoa e roteiros de visitação das famosas ressurgências, proporcionando uma conexão intensa e única com o território de Paraíso das Águas.

## O que fazer?

### Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

A abordagem convencional do turismo, centrada apenas na visitação, tornou-se obsoleta.

Os viajantes contemporâneos anseiam por vivências autênticas e desejam desempenhar

um papel ativo na experiência de atividades locais. Para tanto, sugere-se que Paraíso das Águas explore sua tradição em esportes radicais (praticados principalmente por meio do boia cross), além da visitação de espaços inusitados do município, como as ressurgências. A ideia é que novas atividades possam ser viabilizadas a partir da articulação do poder público, do envolvimento de empresas especializadas nessas atividades e da participação de munícipes e empreendedores que desejem implementar e viabilizar as práticas propostas.

### 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 o turismo de aventura

Deve-se oferecer infraestrutura para a prática de ecoturismo e turismo de aventura.

### 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

### Polo de esportes aquáticos radicais

Paraíso das Águas, que já tem tradição na realização de eventos e esportes radicais utilizando as águas (como o boia cross), pode ampliar e aprimorar ainda mais suas propostas voltadas a esse setor, sendo uma referência na região. Para isso, deve oferecer atratividades e experiências diversas utilizando esse ativo natural (ou apenas viabilizar o uso desses equipamentos), como flyboard, flyboat, jet ski, rafting, boia cross, stand up paddle, entre outros. O mapeando de áreas em que essas experiências possam ocorrer, com o apoio de empresas especializadas do setor, além da manutenção e segurança desses espaços, são fundamentais para garantir o sucesso dessas atividades.

Mapear áreas para a prática de esportes radicais sobre as águas;  
Garantir a manutenção e acesso seguro a esses espaços;  
Atrair empresas especializadas na realização e gestão desse tipo de atividade.

## *Ideias e Inspirações*

### **Descobrimo as ressurgências**

Um das atividades únicas que a cidade de Paraíso das Águas pode oferecer aos turistas é banhar-se nas águas das ressurgências, localizadas no interior da cidade. Consideradas por alguns como milagrosas e medicinais, as águas das ressurgências possibilitam que os visitantes possam flutuar sobre elas, sem o perigo de afundar, além de produzirem sons a partir do movimento das palmas mãos, o que torna este local carregado de mistérios e curiosidades. Contudo, para o completo aproveitamento desse potencial, é preciso que estes locais sejam abertos ao público e recebam investimentos em infraestrutura básica para receber os visitantes.

Promover a experiência de flutuação nas ressurgências existentes no município;  
Tornar estes locais abertos ao público e implantar a infraestrutura necessária para receber os visitantes.





## *Ideias e Inspirações*

### **Experiências gastronômicas sobre as águas**

Dinner in the Sky (jantar no céu, em tradução literal) é uma experiência que ocorre em diversas cidades do Brasil, que consiste em um jantar realizado em uma mesa sustentada por um guindaste, onde os convidados podem observar a paisagem de modo panorâmico. A inovação que Paraíso das Águas poderia oferecer aos turistas seria um jantar ou almoço realizado sobre as águas, dando a possibilidade de observar a vista da paisagem local de um ângulo inusitado. Este tipo de atividade já é ofertada fora do Brasil em locais turísticos, como nas praias de Aruba, onde os turistas podem jantar em botes vendo o pôr do sol. É possível realizar essa experiência no município com foco em casais, famílias ou grupos pequenos, mediante agendamento.

Ofertar a experiência de jantares ou refeições panorâmicas realizadas em botes, inspiradas no atrativo Dinner in the Sky, que atualmente ocorre em diversas cidades brasileiras, atraindo grande público.

## Ideias e Inspirações

### “Andando” sobre as águas

Os rios e represas de Paraíso das Águas podem ser explorados de diversas formas, que vão além dos esportes radicais, oferecendo também atividades de contemplação. Nesta proposta, sugere-se a experiência de “andar sobre as águas” com equipamentos transparentes, como bolhas infláveis (chamadas de water ball) que permitem a flutuação, além das canoas de cristal, feitas em material transparente (geralmente de acrílico), que são perfeitas para navegar em regiões onde a água é mais cristalina. Para a viabilização desta experiência, é preciso adquirir esses equipamentos (que já são amplamente comercializados, por um preço razoável), verificar os locais de instalação e os responsáveis pela coordenação do espaço.

Criar experiências com uso de bolhas infláveis e canoas de cristal nas águas que banham a cidade.







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 Paraíso das Águas tem como objetivo beneficiar os diversos setores econômicos que estão ligados ao turismo, como hospedagem, gastronomia, comércio local, artesãos, serviços de apoio, entre outros direta ou indiretamente afetados. Outro ponto crucial é a materialização e reforço do posicionamento do município como Fonte de Aventuras, com propostas que buscam promover atividades alusivas a esse tema.

A ideia é que os diferentes eventos aqui apresentados possam ajudar a compôr a oferta turística de Paraíso das Águas, atraindo diferentes públicos durante o ano inteiro, movimentando a economia local de forma contínua, principalmente o setor de hospedagem, alimentação e comércio.



# EVENTOS TEMÁTICOS



## Como é?

### Consolidar eventos existentes e criar novas propostas

Os eventos precisam repercutir de forma positiva o posicionamento escolhido por Paraíso das Águas, tornando a cidade atrativa a diferentes tipos de público. Para que isso aconteça, o município deve consolidar os eventos existentes que já possuem um público fiel, podendo alinhar a temática ou elementos desses eventos ao posicionamento, além da criação de novas atividades nesse segmen-

### Uma fonte de encantamento e aventuras

Os eventos temáticos propostos para Paraíso das Águas buscam trazer elementos que evidenciam ainda mais o posicionamento do município como Fonte de Aventuras.

Para isso, são propostos eventos esportivos, com foco em atletas profissionais e amadores que buscam aventura e diversão, além de eventos gastronômicos com ênfase em produtos locais, como o Piau do Rabo Vermelho, e shows que exploram narrativas lúdicas e o uso de fontes de água.

## O que fazer?

### Planejando e colocando em prática diretrizes projetuais

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

### Quem deve se envolver?

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

## CINCO DIRETRIZES PRÁTICAS

### 1. Mapear eventos existentes na região

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

### 2. Propor novas opções de eventos

Analisar o contexto para identificar eventos promissores com vocação local.

### 3. Organizar calendário anual de eventos

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

### 4. Planejar como um ecossistema

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

### 5. Promover e incentivar sua divulgação

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

# EVENTOS TEMÁTICOS



## *Ideias e Inspirações*

### **Gincana das Águas**

A Gincana das Águas é uma proposta de evento temático divertido, com foco em atrair equipes amadoras em busca de desafios em grupo ou em categorias individuais. O intuito deste evento é promover provas com obstáculos, realizadas em ambientes naturais, que desafiem os participantes durante toda a sua realização. Um dos exemplos nessa linha é a Corrida MegaRace, que ocorre anualmente na cidade de Lajeado/RS, sendo considerada a maior corrida de obstáculos do estado, reunindo milhares de competidores todos os anos. A ideia é que essa competição possa ser promovida a diversos públicos.

Promover a Gincana das Águas, com foco em atrair diferentes equipes do estado e do país, com premiações;  
Identificar o espaço ideal para a realização da gincana;  
Oferecer modalidades para o público escolar em período de férias.

## Ideias e Inspirações

### Realização de competições esportivas

Assim como a Gincana das Águas tem como foco atrair um público amador e amante do esporte ao município a realização de competições esportivas profissionais também pode atrair atletas desse nicho. Entre as modalidades em potencial, estão a canoagem slalom, que pode ser realizada nas corredeiras dos rios Muquém e Sucuriú, além da canoagem velocidade, aproveitando lagos e represas de Paraíso das Águas. Outros esportes que podem ganhar destaque são as rústicas, corridas ciclísticas e mountain bike, que podem ser promovidas nas áreas naturais do município. Os locais onde ocorrerão as competições devem ser avaliados por especialistas.

Criar eventos esportivos profissionais, nos espaços naturais e na zona rural;  
Identificar os melhores espaços para a realização desses eventos;  
Verificar quais esportes podem ser promovidos.





## *Ideias e Inspirações*

### **Tem que ter o Show das Águas**

Este evento busca promover atratividades no período noturno em Paraíso das Águas, como forma de entretenimento da população local e de visitantes. A proposta sugere a realização de um espetáculo de luzes, projeções holográficas e jatos d'água de modo encantador e emocionante, que pode ser instalado em um lago existente ou criado especificamente para a atração, com fácil acesso ao turista. A temática dos shows pode estar relacionada com a cultura e o ambiente local, com narrativas que encantem e espectador. Um dos exemplos mais conhecidos neste segmento é o Nativitaten, que ocorre durante o Natal Luz de Gramado/RS.

Promover espetáculos de luzes, água e projeções holográficas inspirados no ambiente e cultura local, como forma de entretenimento noturno. Esta pode ser uma atração periódica e mudar a temática conforme a época do ano.

## *Ideias e Inspirações*

### **O Festival do Piau Vermelho**


Como forma de exaltar o peixe característico de Paraíso das Águas, sugere-se a realização do Festival do Piau do Rabo Vermelho, com foco em ser uma festa gastronômica que tenha o peixe como protagonista dos pratos. Além de receitas feitas a partir do Piau, também é possível oferecer outros pratos a base de peixes encontrados na região, como forma de garantir um cardápio mais robusto e atrativo.

Outras oportunidades que podem integrar essa festividade são a realização de concursos gastronômicos com receitas de peixe, venda de souvenirs do Piau do Rabo Vermelho, criação de um mascote da festa (com foco no público infantil), além da venda de produtos diversos, shows e outras atrações.

Criar um festival gastronômico com pratos a base do Piau do Rabo Vermelho e outros peixes da região;  
Promover um concurso gastronômico e a criação de um mascote da festa.







# 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?

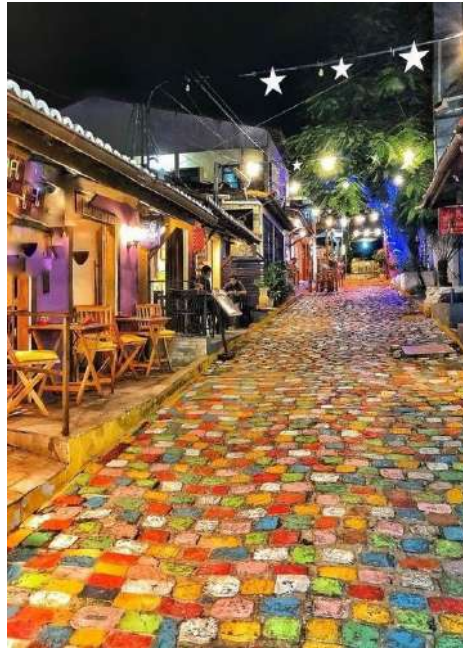
Poder público, empreendedores e pequenos negócios locais, além de associações comunitárias, dos moradores desta rua e integrantes do trade turístico local.

## 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 Centro Histórico, cercada por edifícios de alto padrão. O monumento oferece um espaço aberto, com um espaço de lazer e um espaço de lazer. O monumento oferece um espaço aberto, com um espaço de lazer e um espaço de lazer. O monumento oferece um espaço aberto, com um espaço de lazer e um espaço de lazer.



© 2018 - 2020 - 2021

#### ÁREA DE PROTEÇÃO

A fim de preservar a visibilidade da marca, foi criada uma área de proteção visual. Tudo aquilo que esteja dentro do espaço de proteção deve ser respeitado. Sendo assim, qualquer elemento gráfico deve ser respeitado para não gerar uma marca, sendo no exemplo abaixo.



© 2018 - 2020 - 2021

#### FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Podem permitir também aplicações em fundos fotográficos, desde que sejam mantidas a visualização e o comprimento da marca. O elemento sempre no formato original. A marca deve ser aplicada sobre uma área de cor homogênea de qualquer cor.



© 2018 - 2020 - 2021

#### FUNDOS COLORIDOS

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



© 2018 - 2020 - 2021

#### 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 Paraíso das Águas*

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

A identidade visual sugerida para Paraíso das Águas reflete elementos intrínsecos à sua cultura, economia e ambiente local.

A natureza desempenha um papel central na marca, destacando as emocionantes corredeiras dos rios, ideais para atividades como rafting, boiacross e pesca esportiva. As exuberantes florestas e plantações também ganham destaque, convidando à exploração por meio de trilhas e observação de aves.

A aplicação da marca não se restringe apenas a produtos e souvenirs locais, mas se estende a diversos meios de comunicação visual, como placas, outdoors, adesivação de veículos particulares, capas de cadernos e agendas.

Além disso, a presença digital é essencial, com a utilização da marca em redes sociais, plataformas de vídeo e aplicativos, fortalecendo assim a identidade de Paraíso das Águas em diferentes contextos.



# 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 subir nele.







## Ideias e Inspirações

### Outdoors e painéis promocionais

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

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

## Ideias e Inspirações

### Comunicação impactante nas ruas

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





## Ideias e Inspirações

### Materiais promocionais e informativos

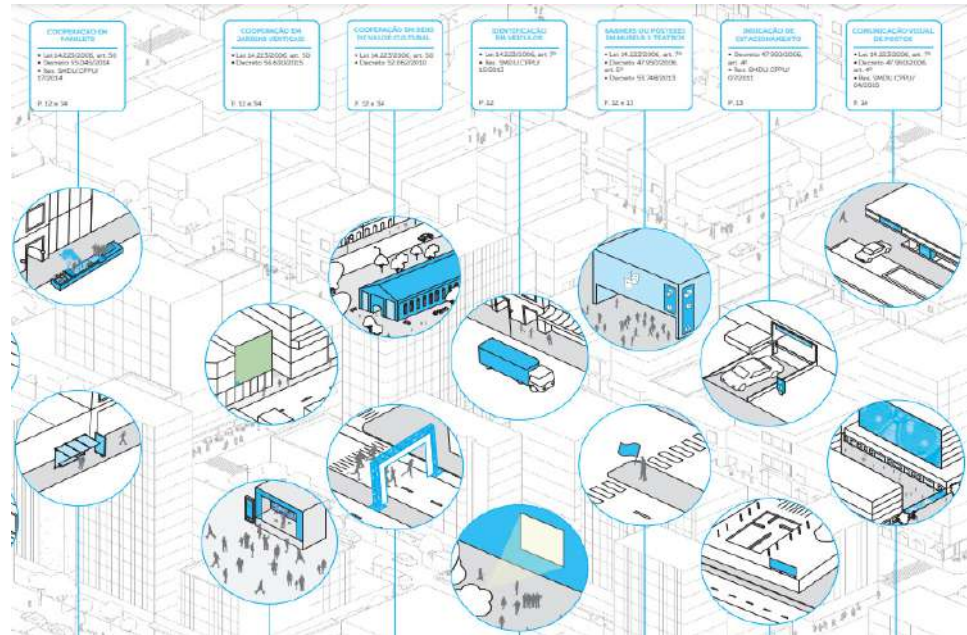
É fundamental criar materiais de apoio turístico, como mapas, folhetos e adesivos, integrando-os aos serviços cotidianos, como nas capas de cadernos escolares e na papelaria oficial da prefeitura. Essa inclusão da identidade visual em agendas e comunicados reforça a marca da cidade e, também, mantém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

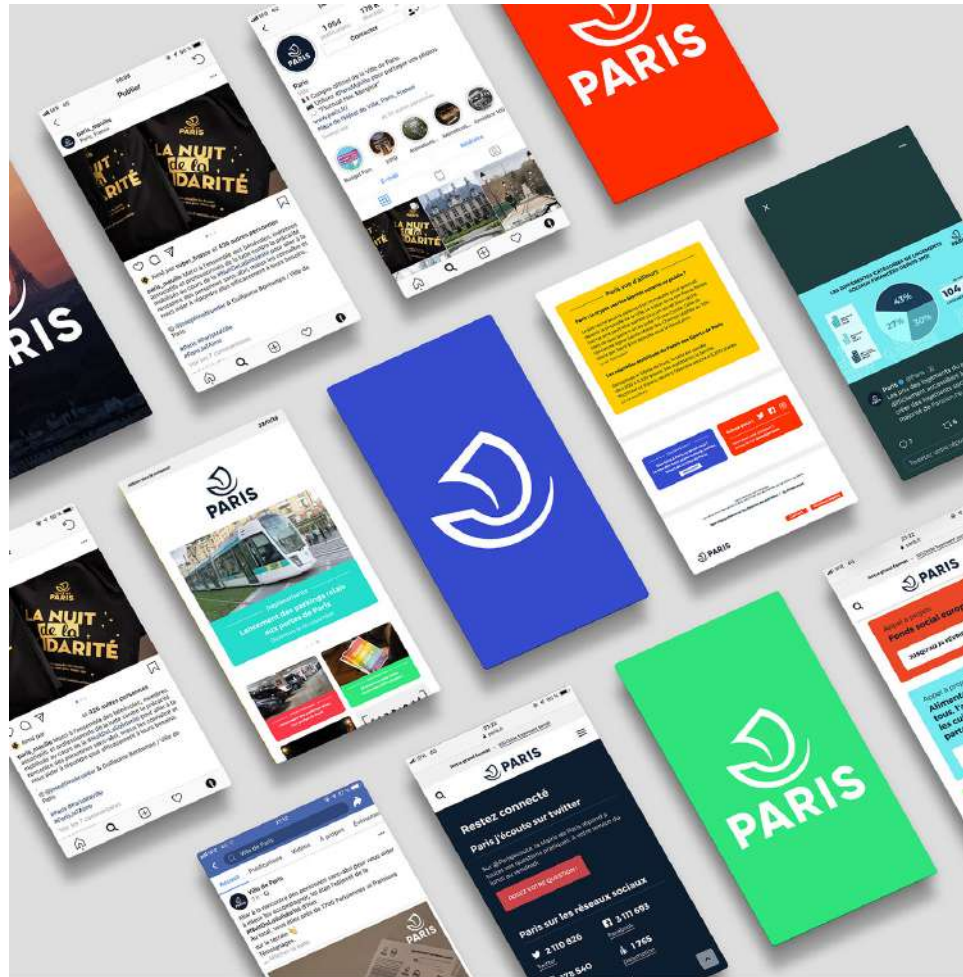
*“A cidade marcando presença no  
badalado território virtual”*



## 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*

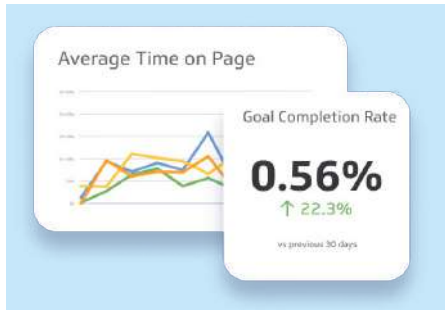
Estabelecer parcerias com influenciadores para divulgação da cidade em redes sociais.

### 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.

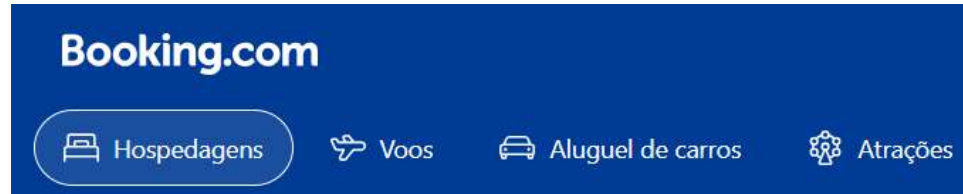
É uma maneira simples e sem custo de estabelecer presença digital;  
Deve-se criar releases para divulgar atrações e enviar periodicamente para canais midiáticos estratégicos.

## 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.



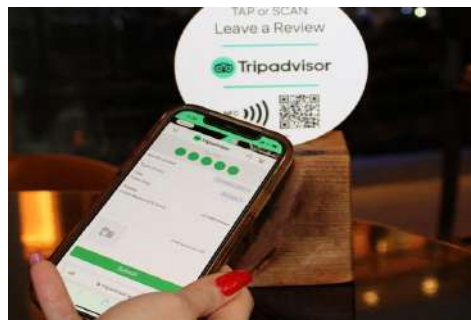
### Inspire-se para sua próxima viagem



**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.

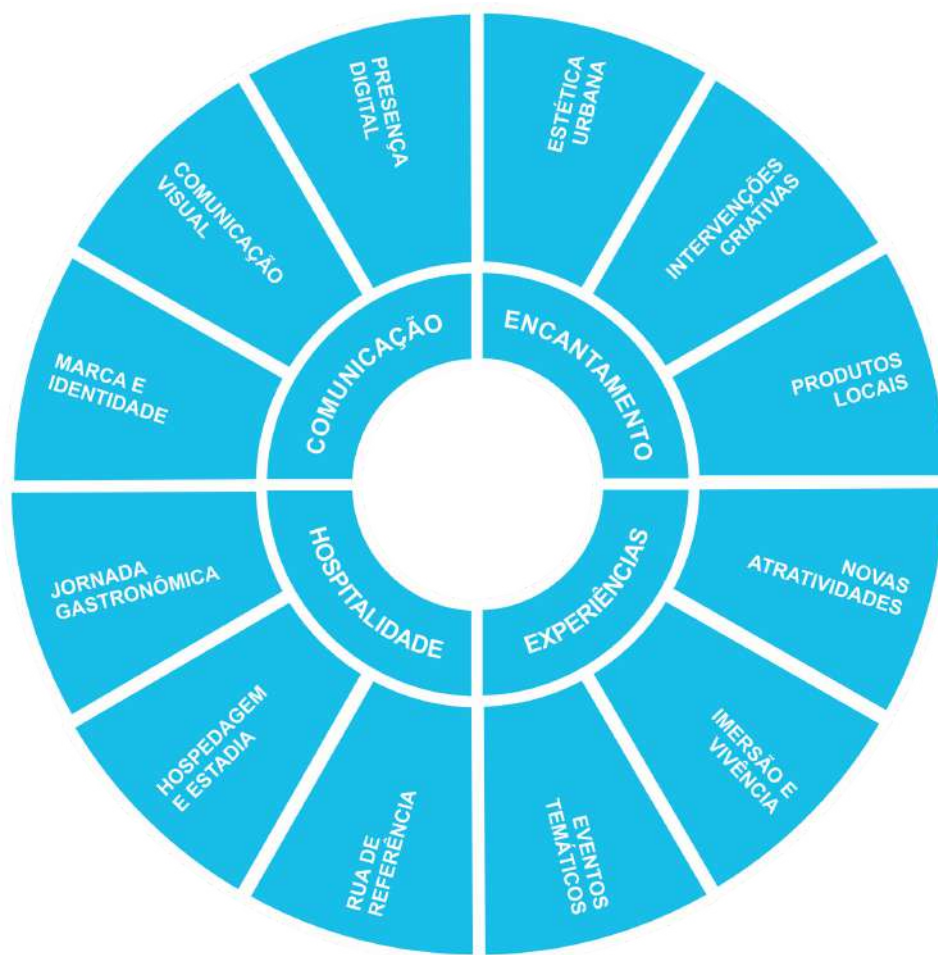
- Criar parcerias com influencers.
- Levar a imagem da cidade para outros públicos;
- Gerar movimento nas redes sociais e plataformas de vídeo.



# 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.

