

**POLO DE
ECOTURISMO
DE SÃO PAULO**

Conceituações para alinharmos um conhecimento único e um esforço da mesma forma único, para acordarmos uma estratégia consensual.

LOGOTIPO - é um desenho gráfico com economia de elementos para que possa ser lembrado e reconhecido. Se na criação do logotipo tivermos a preocupação de representar todas as características e emoções relacionadas nas repostas da pesquisa, vamos perder o poder de singularidade e personalidade.

IDENTIDADE VISUAL - O ambiente em que o logotipo será inserido e os elementos que irão povoá-lo, como vinhetas, tarjas, box, rodapés e cabeçalhos.

LINHA DE COMUNICAÇÃO – O tratamento (conteúdo e forma) que será usado na comunicação do POLO DE ECOTURISMO DE SÃO PAULO. Anúncios, sinalização local, cartazes para veiculação em agências de turismo e negócios comerciais locais, veiculações, site

DIAGNÓSTICO E INTERPRETAÇÃO DA PESQUISA

TIPOGRAFIA E IMAGENS

Respostas mais freqüentes:

Natureza, contemplação e equilíbrio

Descoberta, novidade e vontade de conhecer

Apresentamos duas opções de tipografia.

**Polo de
Ecoturismo
de São Paulo**

A primeira é a CARTOON DEMI BOLD. Uma fonte que de muita legibilidade, solidez e que compõe o texto positivamente, pois suas letras transmitem alegria.

**Polo de
Ecoturismo
de São Paulo**

A segunda é mais irreverente e foi criada especialmente para o logotipo, o que pode passar uma sensação de novidade e descoberta.

Para transmitir a ideia de descoberta, novidade e vontade de conhecer sugerimos um slogan para acompanhar o logotipo.

POLO DE ECOTURISMO DE SÃO PAULO
DESCUBRA E SURPREENDA-SE

CORES E ROTEIRO

A cor VERDE da mata com 28 votos e o AZUL do céu e dos rios com 17 votos, somando-se o AMARELO e o LARANJA do sol, 8 votos.

O roteiro da MATA ATLÂNTICA foi escolhido o mais importante e que melhor representa o POLO DE ECOTURISMO DE SÃO PAULO.

A maior ocorrência para segundo lugar foi do roteiro HISTÓRICO CULTURAL.

SÍMBOLOS

Quanto aos símbolos que melhor representam cada roteiro e os seus maiores atrativos, a contribuição é muito variada e rica. Tivemos uma grande diversidade de respostas o que representaria um grande desafio para representação gráfica, portanto a sugestão é que eles sejam integrantes da identidade visual como um todo, integrando vinhetas, tarjas, box, rodapés e cabeçalhos.

PÚBLICO ALVO

As respostas não conduziram para o estabelecimento de um perfil de público alvo. A perspectiva dos pesquisados abrange a expectativa de receber pessoas de ambos os sexos, todas as classes sociais, idades, escolaridade etc.

O Logotipo

Sem apresentar uma única modalidade de esporte que excluísse as outras, um único ponto turístico religioso que excluísse os demais e aplicando o mesmo critério para todos os elementos citados nas respostas à pesquisa.

Esses elementos específicos de cada roteiro podem ser apresentados na comunicação publicitária e no site como vinhetas e ilustrações.



A proposta é a construção de uma paisagem sugerida pela sua ordem lógica e as cores correspondentes.

Os desenhos gráficos pretendem transmitir sensações positivas como dinamismo e equilíbrio estético.

Foram elaborados com economia de elementos para conferir personalidade e maior poder de memorização e reconhecimento.









DESCUBRA E SURPREENDA-SE



Polo de de Ecoturismo de São Paulo

DESCUBRA E SURPREENDA-SE



Polo de Ecoturismo de São Paulo

DESCUBRA E SURPREENDA-SE



DESCUBRA E SURPREENDA-SE



DESCUBRA E SURPREENDA-SE



Polo de Ecoturismo de São Paulo

DESCUBRA E SURPREENDA-SE



DESCUBRA E SURPREENDA-SE



Polo de
Ecoturismo
de
São Paulo

DESCUBRA E SURPREENDA-SE



Polo^{de} Ecoturismo ^{de}São Paulo

DESCUBRA E SURPREENDA-SE

Vinhetas para ilustrar os roteiros, para site, publicações e materiais de divulgação. Caso seja aprovado a produção será feita a partir de referências fotográficas definidas pelo grupo. Muitas já foram mencionadas na pesquisa e no relatório do grupo de trabalho intersecretarial para criação do plano de desenvolvimento de turismo da região sul.

















Hotel São Camilo



Polo de
Ecoturismo
de São Paulo

DESCUBRA E SURPREENDA-SE



