
ATA DA 53ª REUNIÃO ORDINÁRIA DO COMTUR-LS EM 15.12.2022

Aos quinze de dezembro de dois mil e vinte e dois, às nove horas, o Conselho Municipal de Turismo de Lagoa Santa reuniu-se por meio digital na plataforma Google Meet, onde estiveram presentes os seguintes Conselheiros: Sr. Arnaldo Frederico Carvalho Marchesotti (Titular, Diretoria Municipal de Turismo e Cultura); Sr. Luiz Tadeu Neves Pimenta (Titular, Diretoria Municipal de Turismo e Cultura); Sra. Níve Campos Castro (Titular, Diretoria Municipal de Turismo e Cultura); Sra. Isadora Senra Prado (Suplente, Diretoria Municipal de Turismo); Sr. Stefano Rodrigues de Pinho Tavares (Titular, Associação Comercial de Lagoa Santa); Sr. Marlon Tadeu Penido Cunha (Titular, Meios de Hospedagem, Bares e Restaurantes); Sra. Érika Suzanna Bányai (Titular, AMAR); Sra. Millena Ariana Boueri Janducci (Titular, Secretaria de Desenvolvimento Urbano); Sr. Daniel Henrique Marçal (Titular, Câmara Municipal de Lagoa Santa); Sr. Cléber de Lima Prado (Suplente, Câmara Municipal de Lagoa Santa); Sr. Rodrigo Teribele (Titular, Parque Estadual do Sumidouro); Sra. Marília de Fátima Martins (Suplente, Associação do Circuito Turístico das Grutas); Sr. Lúcio dos Santos Costa (Suplente, AMAR); Sra. Luci Rosa da Silva (Titular, Gruta da Lapinha Viva); Sra. Josiane Reginaldo de Oliveira (Secretária Executiva). Não estiveram presentes: Sr. Weber Corrêa (Titular, Cooperativas de Taxi); Sra. Marta Soares Machado Soares (Suplente, Diretoria Municipal de Turismo e Cultura); Sra. Adriana Ferreira da Cruz (Titular, Associação do Circuito Turístico das Grutas); Sr. Régis Rocha Pimenta (Suplente, Associação Comercial de Lagoa Santa); Sr. Expedito Matias Ferreira (Suplente, Cooperativas de Taxi); Sra. Paula do Nascimento Ferreira (Suplente, Secretaria de Desenvolvimento Urbano); Sr. Gabriel de Castro Lambert (Suplente, Diretoria Municipal de Turismo e Cultura); Sr. Mauro Roberto Ribeiro Pinto (Suplente, Meios de Hospedagem, Bares e Restaurantes); Sra. Isabella Janot Pacheco Carneiro (Suplente, Parque Estadual do Sumidouro); Sr. Maurício Tizumba (Suplente, Gruta da Lapinha Viva);. Dessa forma, apenas os representantes das Cooperativas de Táxis não compareceram. Como convidados estiveram presentes: o Sr. André Jordani e Sr. Marcelo Monteiro. Os membros do Conselho foram convocados por comunicado eletrônico (e-mail) e por Whatsapp. A pauta foi a atualização do Inventário da Oferta Turística, o Guia de Uso e Aplicação das Marcas do Plano de Marketing Turístico e o Questionário do ICMS Turismo para o Conselho. O Sr. Luiz Pimenta dá boas vindas aos presentes e ressalta a importância e efetividade das reuniões realizadas de forma online pelo COMTUR-LS, fato que facilita em muito a participação no Conselho. Sr. Luiz Pimenta pergunta se existem dúvidas referentes à Ata da reunião anterior. Os conselheiros presentes aprovam a respectiva Ata. Com bastante antecedência, o Sr. Luiz Pimenta encaminhou o questionário referente ao ICMS Turismo para o Conselho. Ficou definidas as seguintes respostas: **Este Conselho tem caráter Deliberativo ou Consultivo?** R: Deliberativo. **As reuniões ordinárias obedecem a um calendário anual definido no início do ano?** Não. Acontecem conforme a necessidade do serviço. **Como vocês avaliam a participação dos conselheiros durante o último ano?** R: Muito boa. Houve a posse do Conselho Municipal de Turismo; atualização do Regimento Interno do Conselho Municipal de Turismo de Lagoa Santa; criação e formatação do Plano Municipal de Marketing turístico; realização de um FAMTUR junto ao trade local e agências e operadoras de viagens; autorizou movimentação do Fundo Municipal de Turismo para pagamento do Termo de Fomento firmado com o Circuito das Grutas e impressão de folderes turísticos; além de ter apoiado a atualização do Inventário da Oferta Turística realizada pela empresa Esfera Consultoria. **No entendimento de vocês, qual é a avaliação que a sociedade tem da postura e engajamento do COMTUR-LS?** R: Acreditamos que o COMTUR-LS continua sem grande visibilidade no público em geral. Quanto ao Trade Turístico, algumas instituições se fazem representadas no COMTUR-LS, mas no geral, os atores sociais do setor turístico pouco participam, pelo menos em reuniões, talvez por se centrarem em seus próprios negócios e não se importarem com discussões que de certa forma são fomentadas pelo Poder Público. **No entendimento de vocês, qual é a relevância da atuação do COMTUR-LS para o desenvolvimento do turismo local e**

regional? R: Fundamental, pois é um espaço democrático onde o Trade Turístico pode dialogar tanto com o Poder Público quanto com a sociedade civil, possibilitando troca de experiências. **No entendimento de vocês, o que pode ser feito para dinamizar ainda mais os resultados das discussões do COMUR-LS?** R: Que outros representantes do Trade Turístico participem das reuniões. Representantes de cada setor, membros do COMTUR-LS podem convidar cidadãos, a fim de alinhar informações e contribuir para estruturação e divulgação das possibilidades de entretenimento turístico em Lagoa Santa. Continua sendo de extrema importância que os conselheiros titulares e respectivos suplentes se organizarem para sempre se fazerem presentes. Seguindo a reunião, Sr. Luiz Pimenta passa a palavra para o Sr. André Jordani. Diz que o contrato da realização do Inventário Turístico foi prorrogado por mais seis meses, mas acredita ser possível entregar o serviço completo em três meses. O motivo o acréscimo de tempo foi que, durante o trabalho de campo, foram constatados mais empreendimentos do que o previsto anteriormente. A meta inicial era trabalhar com 132 empreendimentos e até o momento foram mapeados 232 empreendimentos. Diz que estão entrando no levantamento dos atrativos turísticos e solicita ao Conselho contribuição da identificação de outros atrativos além dos principais já reconhecidos. Sr. Stefano Tavares diz que a CDL e a Associação Comercial de Lagoa Santa têm interesse em possuir cópia do inventário, pois contribui para o conhecimento do território e facilita planejamentos futuros. Sr. André Jordani diz que ainda existem empreendimentos informais e cabe uma atenção da Associação Comercial quanto a esse público. Lembrando que os vídeos tutoriais já foram entregues para a Diretoria de Turismo e Cultura. Pergunta como está a questão da divulgação dos vídeos. Sr. Luiz Pimenta diz que foram disponibilizados no Youtube da Prefeitura, na playlist “Inventário Turístico LS”, disponível no link www.youtube.com/@pmlagoasanta/playlists. Quanto a uma divulgação mais ampla, Sr. Arnaldo Marchesotti diz que a campanha de divulgação começará após a entrega dos serviços da Esfera Consultoria. Para se ter uma idéia, o Sr. Luiz Pimenta já iniciou um trabalho para que a Secretaria de Fazenda informe aos empreendimentos que se legalizarem junto ao município, ligados ao trade turístico, para que seja disponibilizado o link dos vídeos a fim de que estes se cadastrem também no Inventário da Oferta Turística. Sr. Stefano Tavares diz que a Associação Comercial está com uma nova diretoria com ampla representação da sociedade civil organizada que facilita a propagação da informação. Sr. Arnaldo Marchesotti solicita ao Sr. Stefano Tavares que, após a entrega dos serviços do inventário, seja organizada uma reunião do COMTUR-LS com os empresários ligados ao setor. Sr. Stefano Tavares diz que está de acordo. Sr. André Jordani chama a atenção para o potencial que Lagoa Santa tem em relação a bares, lanchonetes butecos e restaurantes, que até agora foram mapeados 115 empreendimentos. Sr. Arnaldo Marchesotti diz que vê Lagoa Santa, atualmente, como cidade de final de semana, e a meta é transformar a cidade em cidade da semana inteira. Sr. Stefano Tavares diz que a Associação Comercial tem condição de assessorar empreendedores em questão de contabilidade, administração e outros de forma gratuita. Seguindo a pauta, Sr. Luiz Pimenta apresenta o Manual de Uso das Marcas criadas no Plano Municipal e Marketing Turístico. Chama a atenção para as formas de utilização, as formas de não utilização e, o que mais achou de interessante, foi que, os interessados em utilizar as marcas, serão autorizados pela Prefeitura, e os arquivos serão disponibilizados pela Coordenação de Comunicação, não sendo necessário que outros modifiquem o layout das marcas. Sr. Luiz Pimenta diz que esse serviço foi realizado pelo Analista Publicitário da Prefeitura, Sr. Marcos Braga. Sr. Stefano Tavares concorda com a ação e diz que é uma forma inteligente de distribuição das marcas. Seguindo a reunião, Sr. Arnaldo Marchesotti diz que esteve conversando com o Vice Prefeito, Sr. Breno Salomão, sobre as burocracias que atrapalham os serviços relacionados ao turismo dentro da Prefeitura. Diz que o turismo é um setor muito forte que trás desenvolvimento, e que este precisa para realização de políticas públicas de uma autonomia que muitas vezes são impossíveis de serem realizados estando em um órgão do Poder Executivo. Dessa forma, faz uma provocação ao Conselho a fim de se interarem sobre Empresas Públicas de Turismo como, por exemplo, Belotur, Riotur, Gramatur e outras. Dessa forma, a Diretoria de Turismo e

Cultura se propõe a analisar a situação e trazer essa discussão de forma mais palpável para discutirmos essa possibilidade. Nada mais havendo a tratar, foi lavrada a presente Ata que vai assinada pelo Presidente do Conselho, Sr. Arnaldo Marchesotti e pela Secretária Executiva do COMTUR-LS, Josiane Oliveira.

ARNALDO FREDERICO CARVALHO MARCHESOTTI
Presidente do Conselho Municipal de Turismo

JOSIANE REGINALDO DE OLIVEIRA
Secretária Adjunta do Conselho Municipal de Turismo

Luiz Neves (Você) Organizador da reuni...			Luiz Neves (Você) Organizador da reu...			Luiz Neves (Você) Organizador da reu...		
Andre Jordani			Andre Jordani			Andre Jordani		
cleber de llima prad...			cleber de llima pra...			cleber de llima pra...		
Isadora Prado			Erika Suzanna Bán...			Erika Suzanna Bán...		
luci rosa da silva			Isadora Prado			Isadora Prado		
Lucio Costa			luci rosa da silva			josiane oliveira		
Luiz Tadeu Neves Pi...			Lucio Costa			luci rosa da silva		
Marlon Penido			Luiz Tadeu Neves ...			Lucio Costa		
Ninive Campos			Marlon Penido			Luiz Tadeu Neves ...		
Stefano Rodrigues ...			Ninive Campos			Marlon Penido		
			Stefano Rodrigues...			Ninive Campos		
						Stefano Rodrigues...		
Andre Jordani			Arnaldo Marchesotti			Andre Jordani		
Arnaldo Marchesotti			cleber de llima pra...			Arnaldo Marchesotti		
cleber de llima pra...			Erika Suzanna Bán...			cleber de llima pra...		
Erika Suzanna Bán...			Isadora Prado			Erika Suzanna Bán...		
Isadora Prado			josiane oliveira			Isadora Prado		
josiane oliveira			luci rosa da silva			josiane oliveira		
luci rosa da silva			Lucio Costa			luci rosa da silva		
Lucio Costa			Luiz Tadeu Neves ...			Lucio Costa		
Luiz Tadeu Neves ...			Marcelo Monteiro			Luiz Tadeu Neves ...		
Marlon Penido			Marlon Penido			Marlon Penido		
Millena Boueri			Millena Boueri			Millena Boueri		
Ninive Campos			Ninive Campos			Ninive Campos		
Stefano Rodrigues...			Stefano Rodrigues...			Stefano Rodrigues...		

 Andre Jordani  :	 Andre Jordani  :	 Andre Jordani  :
 Arnaldo Marchesotti  :	 Arnaldo Marchesotti  :	 Arnaldo Marchesotti  :
 cleber de llima pra...  :	 cleber de llima pra...  :	 cleber de llima pra...  :
 Erika Suzanna Bán...  :	 Daniel Marcal  :	 Daniel Marcal  :
 Isadora Prado  :	 Erika Suzanna Bán...  :	 Erika Suzanna Bán...  :
 josiane oliveira  :	 Isadora Prado  :	 Isadora Prado  :
 luci rosa da silva  :	 luci rosa da silva  :	 luci rosa da silva  :
 Lucio Costa  :	 Lucio Costa  :	 Lucio Costa  :
 Luiz Tadeu Neves ...  :	 Luiz Tadeu Neves ...  :	 Luiz Tadeu Neves ...  :
 Marlon Penido  :	 Marlon Penido  :	 Marilia Martins  :
 Millena Boueri  :	 Millena Boueri  :	 Marlon Penido  :
 Rodrigo-PESU  :	 Rodrigo-PESU  :	 Millena Boueri  :
 Stefano Rodrigues...  :	 Stefano Rodrigues...  :	 Rodrigo-PESU  :

The background of the cover is a photograph of a lake at sunset. The sky is a gradient of blue and orange, with a few wispy clouds. The water is calm, reflecting the sky and the surrounding trees. In the foreground, there is a wooden pier or dock structure made of weathered wood, with some reeds and grasses growing around it. The overall mood is peaceful and scenic.

MANUAL DE USO DAS MARCAS

2022-2025

LAGOA SANTA - MG



USO E APLICAÇÃO

Este guia é de consulta obrigatória para uso das marcas das Rotas Turísticas de Lagoa Santa. O uso e aplicação dos logotipos que fazem parte da estrutura turística da cidade, devem respeitar, não somente, os grafismos e tipografia estabelecidos neste guia, mas também suas aplicações de caráter conceitual, identidade e relevância do uso.

Cada marca representa um contexto específico de uso. Para cada logotipo, as cores, dimensões e simbologias devem ser mantidas e respeitadas, para garantir a identidade visual do turismo e cultura da cidade. Saber usar as marcas do município, é mais do que seguir normas de aplicação, é trabalhar para que o repertório simbólico de Lagoa Santa continue sendo reconhecido de maneira clara e eficaz.

GUIA DE MARCAS





MARCA PRINCIPAL

Esta é a marca do turismo da cidade. Embora exista várias rotas turísticas na cidade, a principal marca que será divulgada será a que leva o grafismo de Peter W. Lund. Quando o turismo de Lagoa Santa for mencionado, nos mais diversos contextos, é a imagem do arqueólogo dinamarquês que será associada ao município

Exemplo de aplicação



PREFEITURA
LAGOA SANTA
CONSTRUINDO UMA CIDADE CADA DIA MELHORI

CONCEITOS

Cada marca apresenta os elementos que correspondem ao campo simbólico, paleta de cores, tipografia e conceito de sua potencialidade turística. nenhum elemento deve ser alterado, acrescentado ou retirado de sua composição.



Rota Lund e a Pré-história, traz elementos gráficos e de tipografia que remetem ao potencial turístico da arqueologia no município. A grafia é rústica e sem serifa, como que talhada em pedra. A imagem da silhueta de Peter W. Lund aparece para compor e direcionar o conceito.

Rota das Doceiras, traz elementos gráficos e de tipografia que remetem ao potencial turístico dos doces artesanais que são produzidos na cidade. A tipografia é escrita como se fosse com bico de confeitiro. As cores fazem referência aos doces de frutas típicas e de derivados do leite.

Rota Histórica da Fé, traz elementos gráficos e de tipografia que remetem ao potencial turístico da religiosidade local. O desenho da capela histórica e as cores tradicionais de sua pintura, direcionam o conceito da marca. A tipografia é reta e sem serifa, para lembrar dos ângulos retilíneos da cruz.

Rota das várias artes, traz elementos gráficos e de tipografia que remetem ao potencial turístico das artes e do artesanato local. Várias cores foram usadas para remeter a multiplicidade de técnicas e referências que os artistas trabalham. A tipografia é colocada com as letras sobrepostas para dar ideia de integração e criatividade.

Caminho do Fidalgo, traz elementos gráficos e de tipografia que remetem ao potencial turístico do local. As cores e a imagem que foi utilizada retratam um dos caminhos que podemos contemplar ao passear pela rota turística. As cores representam, com fidelidade o retrato do local.

Manifestações Culturais, traz elementos gráficos e de tipografia que remetem ao potencial cultural de Lagoa Santa. A cidade possui referências culturais muito diversas, que são retratos de seu povo. Os tambores são elementos tradicionais, usados em várias manifestações lagoassantenses. As cores acompanham uma paleta que tem origem nas pigmentações naturais.

Orla da Lagoa Central, traz elementos gráficos e de tipografia que remetem ao potencial cultural da Lagoa Central do município. A grafia representa o contorno da orla da lagoa. Sua repetição em várias cores diferentes, mostra que a cada volta que o turista der seu olhar pode mudar e contemplar algo diferente.

Centro, é uma marca que traz elementos gráficos e de tipografia que remetem ao potencial turístico da região central da cidade. A grafia representa o desenho de vários pontos característicos como a Igreja Matriz, a praça e a Escola Dr. Lund, além da biblioteca municipal. O grafismo ainda coloca as cores a forma para direcionar o olhar sempre para o centro.

ÁREA DE PROTEÇÃO

Utilize a área de proteção para evitar interferências que podem prejudicar a visibilidade do logo, como, por exemplo, fios, textos, desenhos, grafismos e outros logos.



A marca é formada a partir da medida de "X". Consideremos que "X" equivale à largura do logotipo. A área de proteção equivale a um quarto de X.

Este modelo deve ser seguido para todas as marcas.

Exemplo de aplicação



PREFEITURA
LAGOA SANTA
CONSTRUINDO UMA CIDADE CADA DIA MELHOR!

USOS INDEVIDOS

Todas as marcas criadas possuem originalmente uma proporção de "altura x largura", cores e padrões de usabilidade. Por isso, recomendamos atenção ao diminuir ou aumentar suas dimensões, aplicar em fundos com cores diferentes do branco ou simplesmente alterar a paleta original das marcas. Segue abaixo alguns modelos corretos e incorretos de aplicação.

Aplicação correta



Exemplos de aplicações incorretas



Marcas achatadas e amassadas



Redução que dificulta leitura



Marca rotacionada



Marcas aplicadas em fundo que apagam a leitura ou elementos originais

APLICAÇÃO EM P&B E ALTO CONTRASTE

Cada marca possui seu padrão para a aplicação em preto e branco ou em alto contraste. Sugerimos que entre em contato com a Assessoria de Comunicação para que seja enviado o modelo correto de uso. Veja um exemplo de aplicação!

Aplicação em P&B



Aplicação Alto Contraste Negativo e Positivo



ALGUMA DÚVIDA?

Para qualquer dúvida sobre a correta aplicação das marcas entrar contato com a Coordenadoria de Comunicação pelo e-mail:

ascom@lagoasanta.mg.gov.br



PREFEITURA
LAGOA SANTA
CONSTRUINDO UMA CIDADE CADA DIA MELHORI