



DADOS DO TRABALHO

CÓDIGO DE IDENTIFICAÇÃO: 127

TÍTULO

E-book "Contos de Minas"

ÓRGÃO/ENTIDADE EXECUTOR(A)

Secretaria de Estado de Turismo

CATEGORIA

Iniciativas Implementadas de Sucesso

MODALIDADE

Inovação em Políticas Públicas

ÁREA TEMÁTICA

TURISMO

PÚBLICO ALVO

População em geral, principalmente os 23 mil seguidores do perfil do Instagram oficial da Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais conhecido como @visiteminasgerais.

RESUMO



A campanha "Contos de Minas" teve como objetivo a criação de um E-book (livro em formato digital) que pudesse divulgar os atrativos turísticos de Minas Gerais de forma dinâmica e sem custos, a partir da interação com as redes sociais. Para tanto, foi realizada uma campanha para os seguidores do perfil de divulgação de destinos turísticos de Minas Gerais (@visiteminasgerais) na rede "Instagram" gerenciado pela SETUR-MG, na qual os usuários publicavam uma foto de algum destino turístico do estado e contavam na mesma publicação, através de poucas palavras, a história por trás daquela imagem, mostrando aos demais usuários o que motivou a registrar aquele momento. Foram selecionadas pela equipe da SETUR, 12 fotos e histórias vencedoras, de 340 participantes, que foram publicadas no primeiro E-Book oficial de divulgação de destinos turísticos de Minas Gerais. O material pode ser acessado gratuitamente online ou por download por qualquer pessoa e compartilhado nas redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE

instagram; destinos turísticos; participação; contos de minas

CARACTERIZAÇÃO DA SITUAÇÃO ANTERIOR

Desde o mês de novembro de 2014, a SETUR-MG mantém um perfil de divulgação dos destinos turísticos de Minas Gerais (conhecido como @visiteminasgerais) na rede social de fotografias denominada "Instagram". Nesse perfil, a SETUR-MG divulga diariamente, fotos tiradas em diversos atrativos turísticos do estado pelos próprios usuários do Instagram que utilizam na marcação das fotos a palavra (ou hashtag) #turismomg, também criada pela SETUR-MG. Apenas com o trabalho da equipe e sem recursos financeiros na divulgação da rede social, a SETUR-MG já conseguiu a marcação de 68 mil fotos de usuários compondo um banco de imagens que auxilia na divulgação do estado dentro da rede social, além de gerar informações ao turista por meio de interações com os usuários e entre os próprios usuários. Visando dar visibilidade ao perfil @visiteminasgerais e também de valorizar os usuários que sempre nos ajudam a divulgar as belezas de Minas Gerais em suas redes sociais a partir da utilização da hashtag #turismomg, foi pensada a criação de um livro digital (E-book) que pudesse divulgar as redes sociais da SETUR, os destinos turísticos do estado para os turistas e para a sociedade e além disso, garantir o uso de 12 fotos de qualidade para serem usadas pela SETUR-MG em seus materiais promocionais, visto a dificuldade de aquisição de fotografias pela Secretaria devido à restrições orçamentárias.

OBJETIVOS DA INICIATIVA

- Ampliar e, principalmente, valorizar os usuários que seguem o perfil @visiteminasgerais no Instagram oficial da SETUR-MG e utilizam a hashtag #turismomg para divulgação de fotos;
- Divulgar os atrativos turísticos do estado a partir da visão dos moradores e turistas com um material de qualidade, sem custos e de alto grau de compartilhamento em redes sociais;
- Adquirir fotos de alta qualidade e diferenciadas para utilização em materiais promocionais da SETUR-MG;
- Servir como modelo de ação de divulgação de destinos turísticos em redes sociais que possa ser replicado sem custos por municípios.



DESCRIÇÃO DA INICIATIVA

Para atingir os objetivos propostos, a equipe da Diretoria de Pesquisa, Informação e Estatística da SETUR-MG idealizou uma campanha denominada "Contos de Minas", com o objetivo incentivar a participação de moradores e turistas a divulgarem suas fotos por Minas Gerais no Instagram. Além das fotos, sentimos a necessidade de valorizar as histórias por trás das imagens, criando um "álbum de histórias" dos destinos turísticos do estado em formato digital, sendo que os autores desse álbum seriam os próprios visitantes dos destinos. Assim, os participantes deveriam publicar no Instagram uma foto com uma breve história sobre a imagem, marcando-as com as hashtags #turismomg e #contosdeminas. As fotos e histórias vencedoras foram escolhidas pela equipe da SETUR-MG para compor o E-Book a partir dos seguintes passos:

- Abril/2015: Concepção do projeto do E-book via Instagram pela Diretoria de Pesquisa, Informação e Estatística;
- Agosto/2015: Reunião de apresentação do projeto (1º esboço do E-book) à equipe da SETUR-MG;
- Setembro/2015: Levantamento de orçamentos e viabilidade financeira para custeio do projeto;
- Novembro/2015: Decisão de execução do projeto sem recursos e criação de equipe de trabalho.
- Janeiro/2016: Apresentação do novo projeto à equipe da Setur: Campanha "Contos de Minas", a ser lançada após o carnaval;
- Abril a Maio/2016: Realização da campanha no Instagram;
- Maio/2016: Seleção de fotos vencedoras para votação entre os servidores da SETUR-MG;
- Junho/2016: Divulgação dos vencedores, confecção e lançamento do E-book.

HOUVE A REALIZAÇÃO DE PARCERIAS

Não

RECURSOS UTILIZADOS

RECURSOS HUMANOS

Para a elaboração do E-book foi necessário a participação da equipe da Diretoria de Pesquisa, Informação e Estatística da SETUR-MG composta por 04 servidores e 03 estagiários, além da equipe de Comunicação através do trabalho de divulgação na imprensa e design inicial do E-book. Já a escolha das fotos foi realizada pela votação voluntária de todos os servidores da SETUR-MG.

RECURSOS FINANCEIROS

Não houve recursos financeiros investidos no projeto.



RECURSOS MATERIAIS

Não houve recursos materiais investidos no projeto.

RECURSOS TECNOLÓGICOS

Todo o trabalho foi feito a partir do perfil digital da SETUR-MG no Instagram (@visiteminasgerais), com a utilização de softwares livres e gratuitos para a confecção do E-book (canva.com).

CUSTO DE IMPLEMENTAÇÃO/MANUTENÇÃO DA INICIATIVA

Não houve custos de implementação e para a continuidade da ação (publicação de um E-Book anual da SETUR-MG) também não será necessário custos de manutenção.

OBSTÁCULOS IDENTIFICADOS NA IMPLEMENTAÇÃO DA INICIATIVA

- Falta de recursos orçamentários para contratação de empresa de publicidade e propaganda para a confecção do material;
- Durante o processo de confecção do E-Book e com as fotos já selecionadas, a designer responsável pela arte do projeto se desligou da SETUR-MG, sem a finalização do produto final. Também não houve reposição da profissional no corpo técnico da SETUR-MG;
- A campanha foi idealizada para a escolha de 10 fotografias e histórias para a confecção do E-Book, mas o número de participações e a boa qualidade das imagens acabou dificultando na escolha dos vencedores.

SOLUÇÕES ADOTADAS PARA A SUPERAÇÃO DOS PRINCIPAIS OBSTÁCULOS IDENTIFICADOS

- Decidiu-se trabalhar sem recursos financeiros e com a própria equipe da SETUR-MG na confecção do material;
- A equipe da Diretoria de Pesquisa, Informação e Estatística pesquisou possíveis soluções de ferramentas gratuitas online que pudessem finalizar a arte do E-Book, a partir da concepção inicial criada pela designer. A solução tecnológica encontrada possibilitou recriar todo o projeto e finalizar o produto de acordo com as expectativas da equipe sem custos à ação;
- A equipe decidiu ampliar o número de fotos e histórias vencedoras para 12, agregando valor ao projeto.

RESULTADOS ALCANÇADOS



A campanha conseguiu a participação de 340 fotografias e histórias de todas das regiões do estado, sendo que as 12 imagens vencedoras foram cedidas à SETUR-MG para uso não só no E-Book, mas também em materiais promocionais de divulgação do estado de forma gratuita, ampliando nosso banco de imagens. Além disso, o número de seguidores no perfil oficial da SETUR-MG no Instagram aumentou em 13% nos dois meses de divulgação da campanha, saltando de 18 mil para 21 mil. O E-book pode ser visualizado online (https://issuu.com/seturmg/docs/ebook_alta_pdf) ou por download gratuito, servindo como um material de qualidade para a divulgação dos destinos turísticos do estado.

MECANISMOS E MÉTODOS DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

O monitoramento foi realizado a partir do acompanhamento do número de pessoas participantes da ação; pelo número de usuários que passaram a seguir o perfil @visiteminasgerais a partir da campanha; pela coleta de depoimentos dos vencedores.

Data de entrega no Sistema

13/07/2016 14:52:26