



# **PREFEITURA DO MUNICÍPIO DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE BARRETOS**

**ESTADO DE SÃO PAULO**

**SECRETARIA MUNICIPAL DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS E COMUNICAÇÃO**

## **Briefing Institucional Estância Turística de Barretos**

**Objetivo:** Selecionar agência de publicidade para apoiar a comunicação institucional da prefeitura da Estância Turística de Barretos.

### **1. Contextualização da Cidade**

**Localização:** Região Sudeste no Estado de São Paulo.

**População:** Aproximadamente 125 mil habitantes (estimativa).

Barretos não é mais apenas a "Capital do Rodeio", título que carrega com orgulho devido à Festa do Peão promovida por Os Independentes. Embora o agronegócio e o turismo de eventos sejam pilares sólidos, a cidade vive uma evolução estrutural. O desafio é comunicar que a Estância Turística agora é um polo de saúde global (Hospital de Amor), um centro logístico em expansão e uma cidade que cuida do dia a dia do seu povo.

**Perfil socioeconômico:** Economia baseada em agronegócio, indústria de carnes e derivados, serviços, educação e saúde — incluindo hospitais de referência, como o Hospital de Amor (antigo Hospital de Câncer de Barretos). Presença forte no ramo de pesquisas com o IRCAD América Latina, e no ramo de startups com Harena- Centro de Inovação do Hospital de Amor.

O município disponibiliza áreas para as empresas se instalarem em distrito próprio sem custo, além de oferecer incentivos fiscais, como isenção de IPTU, de taxas de fiscalização e funcionamento, ressarcimento dos valores investidos na construção, entre outros benefícios.

A cidade possui excelência no setor de serviços hospitalares, com um dos maiores centros de estudos oncológicos internacionais, o IRCAD, na Fundação Pio XII. Também tem como um de seus orgulhos o aeroporto Chafei Amsei Neto que está passando por reformas de reestruturação.

O município possui faculdades e escolas de cursos técnicos profissionalizantes, que disponibilizam cursos específicos para atendimento personalizado às demandas das empresas.

Sistemas municipais de educação, transporte público e saúde que garantem a tranquilidade dos colaboradores/funcionários em relação ao bem-estar da família.

**Vocação turística:** Eventos, cultura sertaneja, gastronomia regional, turismo rural, parques e espaços temáticos ligados ao universo country.

## **2. Posicionamento Atual da Marca Barretos**

- Cidade reconhecida nacionalmente pelo rodeio e pela tradição sertaneja.
- Forte associação com hospitalidade e identidade cultural própria.
- Presença importante no calendário turístico brasileiro.

## **3. Desafios de Comunicação**

- **Desvincular a comunicação apenas do rodeio**, reforçando que Barretos tem outros setores para serem explorados, inclusive o turismo de saúde. Superar a percepção de que a cidade vive apenas em agosto, mês da Festa do Peão. Mostrar o orgulho de ser barretense. A cidade que atrai empresas e é referência nacional em saúde e eventos.
- Aumentar a percepção de valor da cidade como destino turístico, de negócios, saúde e educação. Consolidar a marca Barretos como sinônimo de gestão eficiente e humana.
- Ampliar presença digital e engajamento com moradores, investidores e visitantes.
- Profissionalizar campanhas oficiais e otimizar investimentos de mídia.
- Explorar criativamente outros serviços lembrando que Barretos integra o Circuito das Águas Sertanejas, implantou o Programa Mãos Pela Água, Olimpíadas do Saber (inédito) e tem como metas a instalação do Parque Tecnológico, FATEC em prédio próprio e Distrito Industrial da Saúde.
- Combate a Fake News: Estratégia de resposta rápida e canais de transparência direta.

A comunicação deve mostrar que todas as ações da Administração promovem uma cidade melhor para se viver. Deve também apresentar a Prefeitura como agente de desenvolvimento social e econômico, integrando a administração com proximidade do cidadão. Migrar a imagem da prefeitura de "ente arrecadador"

para "parceiro do cidadão". Não serão aceitas propostas genéricas, prezamos por propostas não apenas criativas, mas estratégicas

#### 4. Oportunidades da cidade

- Potencial para desenvolver a **marca turística**
- Ampliação de fluxo turístico ser anual por meio de festivais, gastronomia, esporte, cultura e encontros temáticos. Uso do Recinto Paulo de Lima Correa para eventos o ano inteiro, além do Parque do Peão.
- Fortalecimento da imagem de Barretos como **polo de saúde e referência humanitária** (Hospital de Amor, Centro de Inovação, AMEs e IRCAD).
- Criação de campanhas que reforcem identidade cultural, qualidade de vida e desenvolvimento econômico.

#### 5. Público-Alvo

##### Primários

- **Moradores de Barretos** (institucional e campanhas educativas). Todos os segmentos da sociedade em geral, sem distinção de faixa etária, gênero e/ou classe social. A comunicação deve falar com o povo.
- **Turistas nacionais** com interesse em cultura sertaneja, eventos, gastronomia e lazer. Mostrar que a cidade está em **crescimento**, atraindo novos negócios e oferecendo infraestrutura além do lazer.
- **Investidores e empreendedores** do agronegócio, indústria e serviços de comércio, indústria e saúde.

##### Secundários

- Público internacional interessado em festas country.
- Imprensa nacional e regional.
- Universidades, profissionais da saúde e público ligado à pesquisa/ensino.

#### 6. Objetivos da Comunicação

- Reforçar a **marca institucional** da cidade e da gestão pública.
- Consolidar Barretos como destino turístico de destaque em SP. Mostrar a força da cidade como município estratégico no interior paulista por estar bem localizado, proximidade com as rodovias Faria Lima e Assis Chateaubriand.

- Divulgar iniciativas da prefeitura com clareza, transparência e linguagem acessível.
- Apoiar eventos oficiais com peças e campanhas integradas.
- Criar percepção positiva sobre desenvolvimento e qualidade de vida.

## 7. Entregáveis Esperados da Agência

- **Planejamento anual de comunicação** integrado (institucional e turismo).
- **Criação publicitária** (campanhas completas)
- **Gestão de redes sociais** e produção de conteúdo.
- **Planejamento e compra de mídia.**
- **Produção audiovisual** (spots para rádios, vídeos convencionais e institucionais, peças publicitárias e suas variáveis).
- 
- Atualização e fortalecimento do **portal turístico** e comunicação digital.
- Conceitos criativos para eventos oficiais e campanhas temáticas.
- Relatórios de performance e indicadores de comunicação.

## 8. Tom de Comunicação Desejado

- **Próximo, acolhedor e verdadeiro** — refletindo hospitalidade local.
- **Moderno**, com estética contemporânea, sem perder raízes culturais.
- Informativo, transparente e com foco no **protagonismo da cidade**.

## 9. Critérios de Avaliação da Agência

- Criatividade e adequação da proposta de comunicação.
- Experiência em **marca territorial**, prefeituras, publicidade institucional, turismo ou grandes eventos.
- Capacidade de planejamento, conteúdo digital, audiovisual e mídia.

- Equipe dedicada e alinhamento com os valores da cidade.
- Propostas claras, viáveis e com bom custo–benefício.

\*Indicação do período das ações de acordo com a estratégia de comunicação digital.

## **10. Conheça mais sobre Barretos**

Barretos é uma cidade localizada no norte do estado de São Paulo, a aproximadamente 420 km da capital paulista. Fundada em 1854, o município tem sua história ligada ao desenvolvimento da agropecuária, especialmente à criação de gado, o que influenciou fortemente sua identidade cultural.

A origem de Barretos remete à história dos bandeirantes. Os primeiros chegaram pelos estados de São Paulo, Paraná, Mato Grosso, e pelo Triângulo Mineiro, seguindo os mananciais dos rios Grande, Tietê e Paranapanema. Os mineiros na primeira metade do século XIX. Desgostosos com a lida na mineração do ouro e das pedras preciosas, abandonaram a batéia e o carumbé, e seguindo as quebradas do Rio Grande, acompanhados da família, de criados e de agregados, desceram pelos vales do Rio Grande e seus afluentes, até o Sertão da Farinha Podre (Uberaba), Arraial Bonito do Capim Mimoso (Franca) e Campos de Batataes.

Os intrépidos exploradores deste sertão até então desconhecido foram, dentre outros, os companheiros de Bartholomeu Bueno da Silva, o célebre Anhangüera, e alguns outros aventureiros, procedentes do Sul do estado de Minas Gerais, que por muito tempo permaneceram a margem direita do Rio Grande e do Rio Pardo. Mais tarde, à procura das terras devolutas, vieram criadores de gado em busca de melhores condições para o desenvolvimento de seus rebanhos. Transpondo as barreiras do Rio Pardo, nas alturas do Bom Sucesso, do Cajuru e do Pontal, exploradores mineiros chegaram buscando encontrar parentes que, adentrando por entre os sertões, haviam alcançado as regiões de Campinas, Rio Claro e Araraquara, grandes estações de povoamento do Noroeste Paulista.

Dentre inúmeros nomes, vamos encontrar o do alferes João José de Carvalho, o maior latifundiário da região, que possuía mais de 100.000 alqueires em ambas as margens do Rio Pardo, na "Santo Ignácio" e nas "Palmeiras"; o tenente Francisco Antonio Diniz Junqueira, proprietário da "Invernada" e da "Pitangueiras", terras entrecortadas pelo mesmo rio; o tenente José Antônio de Souza e Silva, dono da "Bagagem", Francisco Dias de Mesquita, Jesuíno Guimarães e Muniz Camacho, senhores da fazenda "Perdizes"; Gabriel Correa de Moraes e Antonio José Botelho, proprietários do "Rio Velho"; Hygino Martins do Amorim e Manoel Gonçalves de Souza, descobridores da famosa "Cachoeira do Marimbondão" e primeiros donos da fazenda do mesmo nome. Finalmente, destaca-se a figura de Francisco José Barreto, fundador de Barretos e doador de seu patrimônio.

Segundo os registros, Francisco José Barreto tinha sido capataz da comitiva que levou o tenente Francisco Antonio até o Sul de Minas para tomar posse das terras da Barra do Pitangueiras. Após a expedição, o tenente orientou Barreto que seguisse em direção às cabeceiras daquele ribeirão e, após uma certa distância, tomasse posse para si das terras.

A origem de Francisco José Barreto, no entanto, é historicamente incerta. Uns dizem que era de Carmo dos Tocós (atual Paraguaçu), outros que era natural de São José da Campanha e outros que ele teria nascido em Caldas Velha (hoje Caldas). O certo é que era de origem mineira, de onde saiu com toda família em 1831.

Francisco Barreto e sua esposa Ana Rosa, acompanhados pelos filhos, genros e noras, além de seu irmão Antônio, Simão Antonio Marques, o “Librina”, e sua esposa Joana Maria de Azevedo, filhos, um irmão, e ajudantes andaram por dias a fio, percorrendo longos caminhos e abrindo picadas à força do braço e do facão. Antes de chegar a Barretos, passaram por São Bento de Aracoara, Arraial Bonito do Capim Mimoso (atual Franca), Mato Grosso de Batatais e Morro do Chapéu (atual cidade de Morro Agudo). Atingiram a barranca do Rio Pardo, alcançando o córrego Cachoeirinha, improvisando canoas para realizarem a travessia do caudal.

Finalmente assentaram-se à beira do Ribeirão das Pitangueiras, num local denominado por “Fazendinha”. Com o passar do tempo, a sede da então Fazenda Fortaleza foi transferida para as proximidades do antigo sanatório Mariano Dias, local onde hoje existe o “Marco Histórico”.

A posse foi registrada em 1845, sendo instalado no local um engenho de cana, onde eram fabricados pinga e rapadura, que eram levados aos vilarejos mais distantes em cargueiros. Francisco Barreto faleceu em 1848 e sua esposa Ana Rosa em 1852.

## **FESTA DO PEÃO**

A cidade é nacionalmente conhecida por sediar a **Festa do Peão de Boiadeiro de Barretos**, um dos maiores eventos do gênero na América Latina, que atrai milhares de visitantes todos os anos e reforça a tradição sertaneja da região. Barretos também abriga o **Hospital de Amor**, referência nacional no tratamento e prevenção do câncer, com reconhecimento internacional pelo atendimento humanizado.

Com economia diversificada, Barretos destaca-se nos setores agroindustrial, comercial, de serviços e educacional. O município possui boa infraestrutura urbana, instituições de ensino superior e papel importante como polo regional de saúde e comércio.

Culturalmente, Barretos preserva tradições do interior paulista, combinando costumes rurais com o desenvolvimento urbano, o que contribui para sua relevância histórica, social e econômica no estado de São Paulo.

### **FONTES COMPLEMENTARES PARA INFORMAÇÕES**

[www.barretos.sp.gov.br](http://www.barretos.sp.gov.br)