Figura 1 - Patrimônio territorial e seus componentes



Fonte: Dallabrida (2016, p. 33)

Quadro 1 - Definições sobre Marcas de Território

|  |  |
| --- | --- |
| **Definição** | **Autor/Obra** |
| Como elemento que engloba atributos diferentes de um espaço para obter um determinado posicionamento, como necessidade de singularizar territórios, a marca de território representa um exercício de resistência identitária, ante um modelo homogeneizador inerente a uma sociedade que se autodenomina global e pós-moderna. | López-Lita y Benlloch (2005) |
| A marca de território deve ocupar-se da criação e comunicação de uma identidade de lugar que possibilite incrementar seu atrativo. | Rainisto (2004) |
| A marca de território é um grande identificador de valores intangíveis. | Morgan (2004) |
| A marca de território é a representação da identidade de um território, mediante a construção de uma imagem favorável, internamente e externamente. | Govers e Go (2009) |
| *Branding* é concebido como um processo de representação, planejamento e comunicação de um nome e da identidade de um lugar. O objetivo consiste não apenas em obter rendimento econômico, mas também alcançar uma boa reputação para o território.  | Anholt (2007; 2010) |
| *Branding* consiste em gerar identidade de lugar para produzir mudanças na imagem e reputação, com vistas a interferir na modificação do comportamento de clientes potenciais. Trata-se de uma nova forma de governança do território. | Kavaratzis (2005) |
| *Branding* não é uma ferramenta de gestão, senão que uma técnica de projeção de uma imagem positiva dirigida a clientes potenciais. Trata-se de construir valor de marca, mediante a comunicação efetiva dos atributos do território. | Fernández-Cavia (2009) |
| Apesar de integrar-se em um contexto global e pós-moderno, a marca de território é, em si, um exercício de reafirmação de identidades. | Lash e Urry (1994) |

Fonte: Elaboração dos autores, a partir de San Eugenio (2012)[[1]](#footnote-1)

Tabela 01 – Questão 4

|  |
| --- |
| **OPÇÕES QUE MELHOR IDENTIFICAM A REGIÃO** |
| **ALTERNATIVAS** | **VOTOS** |
| a) Terra da erva-mate ou chimarrão; | 77 |
| b) Clima frio/temperado; | 34 |
| c) População hospitaleira; | 11 |
| d) História rica; | 10 |
| e) Natureza exuberante; | 4 |
| f) Cultura forte; | 2 |
| g) Produtos/serviços reconhecidos; | 1 |
| h) Outro; | 1 |
| i) Patrimônios materiais. | 0 |
| TOTAL  | 140 |

Fonte: Dados da pesquisa (2015)







1. Para acessar as obras referenciadas, consultar San Eugenio (2012), em especial, nas ps. 76 a 79. [↑](#footnote-ref-1)