

BRIEFING

1. SITUAÇÃO GERAL

1.1. O Ministério do Turismo

Criado em 2003, o Ministério do Turismo é o órgão máximo do setor na esfera federal e tem como missão a criação de políticas públicas para desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas para o Brasil, proporcionando a inclusão social por meio da atividade turística.

Entre suas competências estão:

- I - a política nacional de desenvolvimento do turismo;
- II - a promoção e a divulgação do turismo nacional, no País e no exterior;
- III - o estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivo às atividades turísticas;
- IV - o planejamento, a coordenação, a supervisão e a avaliação dos planos e dos programas de incentivo ao turismo;
- V - a criação de diretrizes para a integração das ações e dos programas para o desenvolvimento do turismo nacional entre os governos federal, estaduais, distrital e municipais;
- VI - a formulação, em coordenação com os demais Ministérios, de políticas e ações integradas destinadas à melhoria da infraestrutura e à geração de emprego e renda nos destinos turísticos;
- VII - a gestão do Fundo Geral de Turismo;
- VIII - a regulação, a fiscalização e o estímulo à formalização, à certificação e à classificação das atividades, dos empreendimentos e dos equipamentos dos prestadores de serviços turísticos;
- IX - a política nacional de cultura;
- X - a proteção do patrimônio histórico, artístico e cultural;
- XI - a regulação dos direitos autorais;
- XII - a assistência ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e ao Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária - Incra nas ações de regularização fundiária, para garantir a preservação da identidade cultural dos remanescentes das comunidades dos quilombos;
- XIII - o desenvolvimento e a implementação de políticas e ações de acessibilidade cultural; e
- XIV - a formulação e a implementação de políticas, de programas e de ações para o desenvolvimento do setor museal.

No período pré-pandemia, o setor de turismo era responsável por 8,1% do PIB brasileiro e a geração de cerca de 7 milhões de empregos diretos e indiretos.

A multidisciplinariedade do setor, os impactos econômicos, sociais, ambientais e culturais gerados pelo turismo exigem um processo de planejamento e gestão que oriente, discipline e se constitua em um importante instrumento para o desenvolvimento da atividade nos níveis local, regional e nacional.

A importância da atividade turística como indutora do desenvolvimento depende não somente da existência dos recursos naturais e culturais, mas de uma ação de planejamento e gestão eficaz e integrada. Nesse contexto, a gestão da comunicação de maneira estratégica se insere neste contexto como vital para o trabalho desenvolvido pelo Ministério do Turismo.

1.2. Estrutura Organizacional

Segundo o Decreto Nº 10.359, de 20 de maio de 2020, publicado no Diário Oficial da União traz publicada a nova estrutura organizacional do Ministério do Turismo.

I - órgãos de assistência direta e imediata ao Ministro de Estado do Turismo:

- a) Gabinete;
- b) Assessoria Especial do Ministro;
- c) Assessoria Especial de Assuntos Técnicos e Normativos;
- d) Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares e Federativos;
- e) Assessoria Especial de Comunicação Social;
- f) Assessoria Especial de Relações Internacionais;
- g) Assessoria Especial de Controle Interno;
- h) Secretaria-Executiva:
 - 1. Subsecretaria de Planejamento, Orçamento e Administração;
 - 2. Subsecretaria de Gestão Estratégica;
 - 3. Subsecretaria de Gestão de Fundos e Transferências; e
 - 4. Subsecretaria de Tecnologia da Informação e Inovação; e
- i) Consultoria Jurídica;

II - órgãos específicos singulares:

- a) Secretaria Nacional de Infraestrutura Turística: Departamento de Infraestrutura Turística;
- b) Secretaria Nacional de Atração de Investimentos, Parcerias e Concessões:
 - 1. Departamento de Ordenamento, Parcerias e Concessões; e

2. Departamento de Atração de Investimentos;

c) Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo:

1. Departamento de Qualificação do Turismo;

2. Departamento de Inteligência Mercadológica e Competitiva do Turismo; e

3. Departamento de Marketing e Eventos; e

d) Secretaria Especial de Cultura;

1. Secretaria Nacional do Audiovisual: Departamento de Políticas Audiovisuais;

2. Secretaria Nacional da Economia Criativa e Diversidade Cultural:

2.1. Departamento de Empreendedorismo Cultural;

2.2. Departamento de Livro, Leitura, Literatura e Bibliotecas;

2.3. Departamento do Sistema Nacional de Cultura; e

2.4. Departamento de Promoção da Diversidade Cultural;

3. Secretaria Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura:

3.1. Departamento de Fomento Indireto; e

3.2. Departamento de Fomento Direto e do Programa de Cultura do Trabalhador;

4. Secretaria Nacional de Desenvolvimento Cultural: Departamento de Desenvolvimento, Análise, Gestão e Monitoramento; e

5. Secretaria Nacional de Direitos Autorais e Propriedade Intelectual:

5.1. Departamento de Política Regulatória; e

5.2. Departamento de Registro, Acompanhamento e Fiscalização;

III - órgãos colegiados:

a) Conselho Nacional de Turismo;

b) Comitê Interministerial de Facilitação Turística;

c) Conselho Nacional de Política Cultural;

d) Comissão Nacional de Incentivo à Cultura; e

e) Comissão do Fundo Nacional de Cultura; e

IV - entidades vinculadas:

- a) Agência Nacional do Cinema - Ancine;
- b) Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - Iphan;
- c) Instituto Brasileiro de Museus - Ibram;
- d) Fundação Biblioteca Nacional - FBN;
- e) Fundação Casa de Rui Barbosa - FCRB;
- f) Fundação Cultural Palmares - FCP; e
- g) Fundação Nacional de Artes - Funarte.

Em sua estrutura organizacional, estão a Secretaria-Executiva que tem entre seus focos supervisionar as atividades de organização e modernização administrativa, de gestão estratégica e de gestão de pessoas, no âmbito do Ministério e de suas entidades vinculadas; a Secretaria Nacional de Infraestrutura Turística tendo entre suas competências a definição de diretrizes, políticas, objetivos e metas para os planos, os programas, os projetos e as ações do Ministério voltados à implementação de infraestrutura turística no País; a Secretaria Nacional de Atração de Investimentos, Parcerias e Concessões com foco na definição de diretrizes, políticas, objetivos e metas para fomentar os planos, os programas, os projetos e as ações relacionados ao ordenamento territorial, à atração de investimentos, parcerias e concessões, à melhoria da mobilidade e à conectividade, no âmbito do turismo; e a Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo, que tem entre suas formas de atuação a criação de produtos turísticos, regulação e qualificação do turismo, inteligência mercadológica e competitiva e promoção.

Em relação a Secretaria Especial da Cultura cabe destacar que ela tem a competência de editar atos normativos, no âmbito de sua competência bem como a formulação de políticas, programas, projetos e ações que promovam a cidadania por meio da cultura, a economia criativa brasileira, o acesso aos bens culturais e a proteção dos direitos autorais; assessorar o Ministro de Estado na supervisão e na coordenação:

- a) da Política Nacional de Cultura;
- b) do Plano Nacional de Cultura;
- c) da Política Nacional de Cultura Viva;
- d) do Programa de Incentivo à Leitura;
- e) da Política Pública do Setor Audiovisual e de seus programas de apoio, instituídos pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001;
- f) do Programa Nacional de Apoio à Cultura, instituído pela Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991; e
- g) do Programa de Cultura do Trabalhador, instituído pela Lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012;

Bem como monitorar os indicadores da cultura; firmar contratos, inclusive contratos de gestão, acordos e instrumentos congêneres, no âmbito de sua competência; assessorar o Ministro de Estado na supervisão das entidades vinculadas ao setor cultural; e gerir o Fundo Nacional de Cultura e compor a Comissão do Fundo Nacional da Cultura, de que trata o Decreto nº 5.761, de 27 de abril de 2006.

A assessoria junto às políticas nacionais de Cultura, de Cultura Viva e do Setor Audiovisual também estão sob os cuidados da Secretaria Especial da Cultura, assim como o Programa Nacional de Cultura, o Programa de Incentivo à Leitura, o Programa de Cultura do Trabalhador e o Programa Nacional de Apoio à Cultura, este instituído pela Lei Rouanet.

Integra a estrutura do Ministério do Turismo, ainda, sete entidades vinculadas ao setor cultural, sendo três autarquias e quatro fundações: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), Agência Nacional do Cinema (Ancine), Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), Fundação Cultural Palmares (FCP), Fundação Nacional de Artes (Funarte) e Fundação Biblioteca Nacional (FBN).

A estrutura organizacional do Ministério do Turismo ainda é composta por órgãos colegiados, entre eles: o Conselho Nacional de Turismo, ao Comitê Interministerial de Facilitação Turística, ao Conselho Nacional de Política Cultural, à Comissão Nacional de Incentivo à Cultura e à Comissão do Fundo Nacional da Cultura.

1.3. Ações de Comunicação do Poder Executivo

O Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal, define uma série de objetivos e diretrizes a serem seguidas pelos órgãos que compõem o Poder.

Entre os objetivos, o art. 1º do Decreto traz os seguintes:

Art. 1º As ações de comunicação do Poder Executivo Federal serão desenvolvidas e *executadas de acordo com o disposto neste Decreto e terão como objetivos principais:*

I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Federal;

II - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;

III - estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas;

IV - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais; e

V - promover o Brasil no exterior.

Além disso, serão observadas as seguintes diretrizes, de acordo com cada ação do governo:

Art. 2º No desenvolvimento e na execução das ações de comunicação previstas neste Decreto, serão observadas as seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada ação:

- I - afirmação dos valores e princípios da Constituição;*
- II - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;*
- III - preservação da identidade nacional;*
- IV - valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;*
- V - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;*
- VI - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;*
- VII - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;*
- VIII - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;*
- IX - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;*
- X - valorização de estratégias de comunicação regionalizada;*
- XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos;*
- e*
- XII - difusão de boas práticas na área de comunicação.*

1.4. Assessoria de Comunicação Social

A Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério do Turismo (ASCOM) é a área responsável por planejar, orientar e supervisionar a execução das atividades de comunicação do ministério além de acompanhar, junto à mídia em geral, a formação de opinião pública relativa ao ministério e a seus órgãos, observadas as diretrizes do órgão responsável pela Comunicação Social do Ministério das Comunicações.

A Ascom ainda contribui de maneira ativa na definição de estratégias de divulgação das ações, programas e políticas públicas desenvolvida pelo Ministério do Turismo, de forma a consolidar a imagem do órgão como protagonista do desenvolvimento e fortalecimento do turismo no país, bem como seu papel como fonte geradora de emprego e desenvolvimento, em especial no período pós-pandemia tendo papel de destaque na recuperação econômica do país.

De acordo com o Decreto Nº 10.359/20, compete à Assessoria Especial de Comunicação Social as seguintes ações:

- I - planejar, executar, orientar, avaliar e monitorar as atividades de comunicação social, no âmbito do Ministério, observadas as diretrizes da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República;
- II - assistir o Ministro de Estado e as unidades do Ministério nos assuntos de comunicação social;
- III - definir estratégias de divulgação das ações e dos serviços do Ministério;

IV - administrar o sítio eletrônico e a intranet do Ministério e as ações de comunicação institucional em suas redes sociais; e

V - acompanhar e promover a divulgação das ações realizadas pelo Ministério, junto à mídia.

1.5. Programas e Políticas

Dentre os programas, políticas e ações do Ministério do Turismo destacam-se as seguintes:

- CADASTUR

O Cadastur é o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo. O cadastro garante diversas vantagens e oportunidades aos seus cadastrados e é também uma importante fonte de consulta para o turista. O programa é executado pelo Ministério do Turismo, em parceria com os órgãos oficiais de turismo, nos 26 estados e no Distrito Federal.

- FUNGETUR

O Fungetur consiste em um mecanismo de crédito essencial ao fomento do turismo como negócio e estratégia para o desenvolvimento social e econômico. Por meio da oferta de crédito a empresas direta ou indiretamente ligadas ao turismo, promove a elevação do nível dos serviços prestados ao turista, a expansão das oportunidades de instalação de novos negócios, além da geração de emprego e renda.

Os principais objetivos do Fungetur são:

- Proporcionar crédito competitivo para os empresários do ramo de turismo;
- Apoiar a infraestrutura turística básica;
- Gerar renda;
- Aumentar a oferta de empregos diretos e indiretos;
- Proporcionar o desenvolvimento do turismo;
- Diminuir os impactos da pandemia por meio da oferta de crédito.

- Qualificação no Turismo

O Ministério do Turismo tem o papel de elevar o turismo à condição de importante vetor de desenvolvimento econômico e social do país. Por meio da qualificação no turismo, a Pasta busca a geração de empregos, a contribuição para a redução das desigualdades sociais e econômicas regionais, a promoção da inclusão social pelo crescimento da oferta de trabalho e a melhor distribuição de renda.

- Programa Turismo Seguro

Das lições que a pandemia de Covid-19 deixou para o turista e para o turismo, a necessidade de segurança talvez seja uma das mais relevantes. A preocupação do

mundo com a pandemia de Covid-19, alertou a todos sobre a necessidade de proteção à saúde.

Porém, não se pode perder de vista que a segurança turística é mais ampla e perpassa questões que dizem respeito à locomoção, à segurança pública, à defesa das relações de consumo, à infância protegida, aos direitos humanos, à igualdade de gênero, às informações acessíveis, à integridade física de diversos agentes, à alimentação de qualidade, entre diversas outras.

Assim, a segurança no âmbito do turismo deve ser entendida de maneira ampla, de forma a contemplar a segurança dos turistas, dos prestadores de serviços, dos profissionais do turismo e da comunidade local receptora, bem como o combate ao abuso e à exploração sexual de crianças e adolescentes na atividade turística.

O Programa Turismo Seguro orienta a diversidade de ações que podem ser desenvolvidas sobre o tema, sempre sob a perspectiva da competência do Ministério do Turismo – MTur de maneira harmônica e assertiva.

- Selo Turismo Responsável

O Selo Turismo Responsável é um programa que estabelece boas práticas para 15 atividades do setor, incluindo os guias de turismo. O Selo é um incentivo para que os consumidores se sintam seguros ao viajar e frequentar locais que cumpram protocolos específicos para a prevenção da Covid-19, posicionando o Brasil como um destino protegido e responsável. Para ter acesso ao selo, as empresas e guias de turismo precisam estar devidamente inscritos no Cadastur (Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos).

- Lei Aldir Blanc

A Lei Aldir Blanc (Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020) definiu ações emergenciais destinadas ao setor cultural durante o estado de calamidade, em função da Covid-19. Ela previu o repasse de R\$ 3 bilhões a estados, municípios e ao Distrito Federal para medidas de apoio e auxílio aos trabalhadores da cultura atingidos pela pandemia, manutenção de pontos de cultura e fomento a atividade cultural.

- Programa de Regionalização do Turismo

A regionalização do turismo é um dos objetivos da Política Nacional de Turismo, instituída pela Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, e uma das diretrizes do Plano Nacional de Turismo (PNT), sendo o Mapa do Turismo Brasileiro uma de suas estratégias de implementação. A última atualização do instrumento foi lançada pelo MTur em 2019, reunindo 2.694 cidades e 333 regiões turísticas, sendo vigente até março deste ano, quando deverá ser publicado o novo Mapa. O Mapa do Turismo Brasileiro é uma ferramenta que orienta políticas públicas do Ministério do Turismo em todo o país.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

A pandemia de Covid-19, iniciada em 2020 e que tem sua terceira onda registrada ainda em 2022, teve entre os setores mais atingidos o Turismo e a Cultura. Sua recuperação tem sido possível graças às políticas e programas do Ministério do Turismo e da Secretaria Especial de Cultura. Ações como a entrega de obras de infraestrutura, concessão de crédito, Lei Aldir Blanc, criação do Selo Turismo Responsável, promoção de ações de qualificação, divulgação dos destinos nacionais demandam a elaboração de uma ampla e robusta estratégia de comunicação para assegurar a divulgação das ações da Pasta nos mais diferentes canais de comunicação – internos e externos ao Ministério do Turismo.

A Covid-19 impactou a vida de todos os brasileiros em diferentes níveis e trouxe enormes desafios para a ação coordenada do Governo Federal, envolvendo todos os órgãos e entidades governamentais e de uma forma muito acentuada para os dois setores em pauta.

Para assegurar o acesso à saúde, salvar vidas, proteger empregos, garantir uma renda mínima aos cidadãos e manter a economia estável, a maioria dos esforços foram direcionados principalmente à elaboração ou melhoria das políticas públicas voltadas para um cenário onde a comunicação social do governo precisou ser dirigida ao público interno, com ênfase em ações de utilidade pública.

Com base na situação acima descrita, a licitante deverá elaborar um planejamento estratégico de comunicação corporativa para a realização de campanha de relações públicas no país que busque alcançar os objetivos propostos neste briefing.

É necessária a apresentação dos insumos e análises realizadas durante a elaboração do planejamento que contemplem principalmente:

- a) levantamento de informações e análise do ambiente e dos cenários do turismo doméstico e do Ministério do Turismo e de suas temáticas;
- b) desenvolvimento de matriz estratégica dos objetivos da comunicação corporativa do Ministério do Turismo em suas temáticas de atuação;
- c) diagnóstico da exposição da imagem do Ministério do Turismo e de suas temáticas, a partir de análise quantitativa e qualitativa da sua presença nos meios de comunicação, no período de junho a novembro de 2021;
- d) proposta de ações de comunicação, com a indicação dos meios para implementá-las e dos públicos-alvo, considerando as praças elencadas neste briefing e outras por ventura identificadas a partir de diagnósticos realizados.

Neste contexto, o principal desafio para a comunicação da Pasta é realizar a divulgação dos programas e políticas desenvolvidas para a retomada das atividades, posicionando o órgão como principal líder do setor turístico e cultural no país e dar visibilidade às suas ações de apoio para as atividades econômicas do trade turístico e cultural, mostrando

seu compromisso com o setor em especial durante a pandemia, bem como engajar a população a retomar o turismo doméstico e a prática das atividades culturais, de modo a ampliar a participação das atividades na economia brasileira e consequentemente no PIB do País.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO – GERAL E ESPECÍFICO

- GERAL

- Auxiliar na criação, na implementação e no desenvolvimento de formas inovadoras direcionadas a expandir os efeitos da comunicação corporativa e institucional do Ministério do Turismo como órgão principal e fundamental no desenvolvimento das atividades turísticas e culturais do país.
- Auxiliar no planejamento, efetivação e monitoramento de soluções de comunicação corporativa do Ministério do Turismo, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em território regional, nacional ou internacional;
- Criar, implementar e desenvolver formas inovadoras direcionadas a expandir os efeitos da comunicação corporativa do Ministério do Turismo, em consonância com novas tecnologias;
- Planejar, efetivar e monitorar soluções de comunicação corporativa do Ministério do Turismo, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional ou internacional;
- Auxiliar na criação e execução de ações e/ou materiais de comunicação escrita e audiovisual, além de conteúdos multimídia;
- Auxiliar no trabalho da imagem dos programas e ações do MTur, por meio de ações comunicacionais, com enfoque em informar, educar e engajar os públicos-alvo e sociedade em geral;
- Auxiliar na divulgação das iniciativas de sucesso em âmbito regional, nacional e internacional.

- ESPECÍFICO

- Criar estratégias de comunicação institucional para divulgar as ações desenvolvidas pela Pasta para promover a retomada do turismo doméstico mostrando o Brasil como o melhor local para o brasileiro estar e estimulando o interesse nos brasileiros de conhecerem cada vez mais os destinos turísticos e a cultura regional brasileira, gerando, por meio de ações de comunicação, o desejo de viajar pelo território nacional.

Dentro deste contexto, é crucial dar visibilidade ao trabalho desenvolvido pelo Ministério do Turismo para fomentar a atividade turística e o apoio ao setor cultural por meio de um conjunto de ações que passam por concessão de crédito, transferência de recursos, promoção, qualificação, atração de investimentos, melhoria de infraestrutura, entre outras.

O objetivo é posicionar o turismo como atividade relevante para a economia do país, com potencial para contribuir de maneira decisiva para a recuperação econômica do país no pós-pandemia.

Tarefa das licitantes: com base na situação descrita acima, a licitante deverá elaborar estratégias de comunicação corporativa que objetivem apresentar ações de engajamento e informação estimulando a retomada das atividades de turismo e cultura no Brasil e comunicando a atuação do Ministério do Turismo nesse processo, por meio dos produtos disponibilizados neste instrumento convocatório, Apêndice I do Edital.

Além disso, ressalta-se que a licitante deve empenhar esforços para o alcance dos objetivos preconizados neste briefing.

4. PÚBLICOS- ALVO

- População em geral;
- Público-interno;
- Trade turístico;
- Imprensa, formadores de opinião e influenciadores de redes sociais;
- Poder Legislativo;
- Entidades do Sistema S;
- Prefeituras, Governos Estaduais e Governo Federal;

5. PRAÇA

Nacional

6. PERÍODO

3 (três) meses

7. VERBA REFERENCIAL

Todas as propostas apresentadas devem estar contempladas nas possibilidades de serviços contidos no Projeto Básico e não devem ultrapassar o valor de R\$ 2 milhões para execução.

8. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

- Portal e Intranet
- Perfis nas redes sociais (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn, TikTok)
- Rádio

9. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

Portal do Ministério do Turismo:

<https://www.gov.br/turismo>

Cadastur:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/cadastur/cadastur>

Qualificação do Turismo:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/qualificacao>

Política Nacional de Qualificação no Turismo:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/qualificacao/politica-nacional-de-qualificacao-no-turismo>

Fungetur:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/fungetur>

Portal de Investimentos:

<https://investimento.turismo.gov.br/>

Plano Nacional do Turismo:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/plano-nacional-do-turismo>

Retomada do Turismo:

<https://retomada.turismo.gov.br/>

Destinos Turístico Inteligente:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/destinos-turisticos-inteligentes>

Planejamento Estratégico Institucional (PEI):

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/planejamento-estrategico-institucional-2013-pei>

Revista Dados & Informações do Turismo no Brasil - 2ª Edição/2021:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/revistas/revista-dados-informacoes-do-turismo-no-brasil-2a-edicao-2021>

Selo Turismo responsável:

<http://www.turismo.gov.br/seloresponsavel/>

Ações de comunicação do Poder Executivo Federal - Decreto nº 6.555:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ Ato2007-2010/2008/Decreto/D6555.htm

Orientações e pesquisas do portal da Secom:

<http://www.secom.gov.br/>

<http://www.secom.gov.br/orientacoes-gerais/comunicacao-digital/manual-para-redes-sociais>