

ANEXO I – BRIEFING

1. SITUAÇÃO GERAL

Este briefing destina-se às agências de publicidade que participarão de processo de licitação do Ministério do Turismo, para o contrato de prestação de serviços de publicidade. Fica a critério do Ministério do Turismo a implementação ou não das propostas apresentadas pela agência vencedora da licitação.

• HISTÓRICO

O Ministério do Turismo foi criado em 2003 e tem como atribuição o desenvolvimento da política nacional de turismo sustentável.

A política nacional de turismo foi definida pelo decreto-lei nº 55, de 18 de novembro de 1966. A partir disso, foram criados o Conselho Nacional do Turismo (CNTUR) e também a Empresa Brasileira de Turismo (Embratur).

Em 1991 a Embratur passou a se chamar Instituto Brasileiro de Turismo e foi vinculado à Secretaria de Desenvolvimento Regional da Presidência da República.

A partir de 1992 foi criado o Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo. A estrutura se manteve até 2001, quando foi feita uma reestruturação ministerial e criou a pasta do Esporte e Turismo.

Em 2003, toda a estrutura foi passada para o recém-criado Ministério do Turismo, incluindo o CNTUR e a Embratur.

• CONTEXTO ATUAL

Em cerimônia realizada no dia 21 de agosto de 2023, na Câmara dos Deputados foi celebrado simbolicamente o aniversário de 20 anos do Ministério do Turismo.

Em 2003, a partir de um decreto do então presidente, o Ministério do Turismo foi criado como a primeira pasta exclusivamente dedicada ao tema, assumindo assim as funções que cabiam até então à Embratur e ao Ministério do Esporte e Turismo. O órgão federal viria a aprimorar a organização do setor turístico e favorecer avanços na sua contribuição à economia e à geração de emprego e renda. Sua criação possibilitou diversas ações estruturantes no setor, de forma colaborativa entre gestores públicos e privados.

Em 2003, foi reativado o Conselho Nacional de Turismo (CNT), que havia sido extinto em 1991 e que é composto por representantes do governo federal, do trade turístico e da sociedade civil. Este colegiado assessora o MTur na definição de políticas públicas - incluindo a própria formulação do Plano Nacional de Turismo.

No ano de 2004, o MTur adotou de uma iniciativa que visava proporcionar mais protagonismo às 27 Unidades da Federação, embasado em recomendações da Organização Mundial do Turismo (OMT). Trata-se do Programa de Regionalização do Turismo (PRT) que trabalha a convergência e a interação de todas as ações do órgão com estados, municípios e regiões turísticas brasileiras, apoiando a estruturação de destinos, a gestão e a promoção do turismo no país.

O ano de 2013 marcou o segmento ao instituir o Mapa do Turismo Brasileiro, uma ferramenta essencial para nortear o desenvolvimento de suas ações, criado no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo. O Mapa define o recorte territorial que deve ser prioritariamente trabalhado pelo governo federal na área. A composição da ferramenta é permanentemente atualizada, a partir da colaboração de gestores públicos e privados municipais, estaduais e regionais.

Desde 2003 o Ministério do Turismo tem firmado contratos de repasse que garantiram a entrega de cerca de 18 mil obras em todo o país, com um investimento total de R\$ 8,4 bilhões, trabalho que permitiu avanços como a construção de centros de convenções, reforma de orlas e pavimentação de rodovias, entre inúmeras outras intervenções.

O Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (Perse), cuja continuidade foi sancionada em maio deste ano, garantiu a redução a zero das alíquotas de vários impostos federais. Entre eles, o PIS/Pasep, a Cofins, a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSSL) e o Imposto sobre a Renda de Pessoas Jurídicas (IRPJ), beneficiando um total de 44 segmentos econômicos.

Dando continuidade às ações, a atual gestão atua no sentido de proporcionar melhorias na área e promove, por exemplo, o projeto “MTur Itinerante”, que leva a todo o país apresentações sobre ações e programas do Ministério do Turismo e permitem uma maior aproximação com gestores públicos e privados da área.

As visitas proporcionam a exposição de iniciativas como a oferta de financiamentos pelo Novo Fundo Geral de Turismo - FUNGETUR, que oferece crédito com condições especiais para melhorias em empreendimentos privados; e o registro de atividades do setor no Cadastur (Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos), que opera a formalização de empresas e profissionais do ramo e garante benefícios como acesso ao Fungetur e qualificação profissional.

- **IMAGEM / PROPÓSITO**

Desenvolver uma política nacional de turismo sustentável.

Missão: Promover o turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e renda, proporcionando a inclusão social no país.

O Ministério do Turismo inova na condução de políticas públicas com um modelo de gestão descentralizado, orientado pelo pensamento estratégico.

Valores: Inclusão, transparência, diálogo, inovação, excelência, sustentabilidade, eficácia e diversidade.

O Ministério do Turismo está completamente alinhado ao contexto mundial, aberto, atento, inserido nas novas formas de se comunicar com o mundo. Atua com respeito à diversidade e aos pensamentos conservadores, alinhado com a imagem do Governo Federal de respeito e resgate da população brasileira. Possui uma cultura tecnológica e inovadora.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Traduzir o conceito de Turismo Responsável para uma população de diferentes níveis de cultura, acesso à informação e instrução, não é uma tarefa fácil. Como premissa básica, pode-se afirmar que significa “cuidar do ambiente em que se está inserido”. Aplicar a lógica do cuidado com o meio ambiente pode ser uma maneira simples de analisar o tema, trazendo o raciocínio de que o turista, ao visitar um local, seja qual for, deve ter a responsabilidade de mantê-lo como o encontrou, de não causar impacto negativo e preservar não apenas o local, mas também a cultura e as tradições conhecidas em seu momento de lazer.

Mas como é possível difundir a ideia de turismo responsável de forma abrangente? Como falar para a população brasileira de forma única e alcançar os objetivos gerais e específicos deste briefing? Como explicar que o turismo é uma atividade que envolve o prazer do desfrute, com a responsabilidade de se manter e preservar as conexões preexistentes? Como difundir o conceito de respeito à ancestralidade, às questões originais e ao meio ambiente? No momento da decisão por uma viagem, como ensinar uma nova forma de pensar sobre o turismo e suas implicações?

O Turismo Responsável traz à tona uma discussão conceitual importante. Não é apenas sobre ter cuidado com o ambiente em que se encontra, ao fazer uso das atrações, ao estar inserido na natureza, ao cuidar do lixo, não pisar na mata, não maltratar plantas, árvores, animais. Seu conceito é muito mais amplo. Tem a ver com fazer a diferença. É a oportunidade de se enraizar na história, conhecer a ancestralidade, fazer conexões com o passado do local. É interagir de forma real com a natureza local e no ambiente sociocultural.

E é por isso que é tão importante entender o sentido da responsabilidade que se propõe como exercício para levar ao turista brasileiro. É uma educação relevante sobre minimizar impactos negativos inerentes ao

uso de algo, por estar inserido no próprio ambiente da atividade turística. Disseminar a cultura do respeito, da responsabilidade que preserva, que considera valor e que se consagra como parte do todo.

No contexto mundial onde vivemos os desafios de desenvolvimento responsável, cuidando do ambiente em que estamos inseridos, acordo de Paris 2015 e COP30 que será realizada na Amazônia brasileira em 2025, a pauta ESG está em movimento crescente. A sigla, em inglês, que significa *environmental, social and governance*, e corresponde às práticas ambientais, sociais e de governança de uma organização.

Dada a urgente e importante missão de limitar as mudanças climáticas, os esforços globais têm sido direcionados para a mitigação de danos e reeducação com vistas à preservação como fator chave da manutenção dos recursos.

Mas o Turismo Responsável vai mais além e define-se pelas seguintes características:

- Minimiza os impactos econômicos, ambientais e sociais negativos;
- Gera maiores benefícios econômicos para a população local e melhora o bem-estar das comunidades anfitriãs, melhora as condições de trabalho e o acesso à indústria;
- Envolve a população local nas decisões que afetam as suas vidas e oportunidades de vida;
- Faz contribuições positivas para a conservação do patrimônio natural e cultural, para a manutenção da diversidade mundial;
- Proporciona experiências mais agradáveis aos turistas através de ligações mais significativas com a população local e de uma maior compreensão das questões culturais, sociais e ambientais locais;
- Fornece acesso para pessoas com deficiência física;
- É culturalmente sensível, gera respeito entre turistas e anfitriões e constrói orgulho e confiança local.

No contexto atual, é esperado um forte crescimento nos números do turismo a nível global, empregando uma quantidade considerável de pessoas e gerando altos índices de rendimento e contribuição econômica, que o Brasil acompanha com a projeção de crescimento contínuo durante os próximos 10 anos, de um setor que mostrou sólida recuperação após a pandemia de Covid-19. Isso demonstra que o turismo não é apenas um motor econômico, mas também uma fonte crucial de oportunidades de emprego e desenvolvimento.

Segundo o Plano Nacional de Turismo 2024/2027, espera-se aumentar para 150 milhões o número de brasileiros viajando pelo Brasil, além de atingir 3 milhões de postos de trabalho formais no turismo. Para isso foram elaborados

cerca de 20 programas que envolvem temas como: ações climáticas, segurança turística, mobilidade e conectividade, incentivo a viagens e qualificação profissional.

O desafio é transformar o turismo em protagonista de um desenvolvimento sustentável e inclusivo. A atividade reflete um conjunto de bens e serviços que promovem o desenvolvimento socialmente justo e economicamente equilibrado, tanto em nível local quanto regional, integrando o desenvolvimento urbano e rural e criando um processo de desenvolvimento econômico diversificado.

Manter, valorizar e proteger as paisagens naturais e sua diversidade biológica, assim como o patrimônio histórico-cultural, é a base essencial para o desenvolvimento responsável do turismo, contribuindo para a sua manutenção em longo prazo. O Turismo Responsável não está relacionado somente com meio ambiente, ele é a inserção responsável de agentes nos mais diversos locais e culturas, sem que isso reflita em desgaste e danos, movimentando a economia e, também, fomentando a cultura e a sociedade envolvida.

Mudar a forma de pensar requer conhecimento. Gerar valor leva tempo e a depender do contexto social, o turismo está associado ao desfrute de algo diferente do dia a dia, de visitar, de aproveitar e apreciar momentos fora da rotina e do ambiente comum. Trazer o turista brasileiro para um pensamento integrado, para que cada vez mais os cidadãos se envolvam com temas importantes para a construção de um mundo inclusivo, ético e ambientalmente sustentável, que garanta a qualidade de vida para todos, é um enorme desafio. Viajar também pode, e deve, ser uma oportunidade de pertencer, de se sentir parte, de ser responsável pela manutenção para que aquela beleza que encanta, se perpetue e possa ser vivida por muitas outras pessoas. É a sensação de cuidar do que é de uso comum, de cuidar do que é do Brasil.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO – GERAL E ESPECÍFICOS

Objetivo geral:

Criar uma campanha publicitária que promova o aprendizado e a conscientização sobre o conceito de Turismo Responsável, transformando-o em um valor essencial para o turista brasileiro.

Objetivos específicos:

- Promover o conceito de Turismo Responsável de forma clara e acessível, demonstrando que a prática consciente e sustentável coloca o Brasil à frente na preservação do meio ambiente.
- Destacar o papel fundamental do Ministério do Turismo como um ator central na promoção do desenvolvimento sustentável e do turismo responsável, alinhado com compromissos globais.

- Transformar o conceito de Turismo Responsável em um valor cotidiano, incentivando os turistas a escolherem empresas e práticas comprometidas com a preservação ambiental e o uso consciente de recursos naturais.
- Posicionar o turista como um agente ativo de transformação, promovendo a conscientização de que suas ações impactam positivamente a conservação do meio ambiente e a preservação da biodiversidade.

4. PÚBLICOS-ALVO

Público prioritário: Classes ABC, ambos os sexos, 25+.

Públicos secundário: Formadores de opinião, estudantes e trade turístico.

5. PRAÇAS

Praças prioritárias: SP, RJ e BSB.

Praças secundárias: demais estados do Brasil.

6. PERÍODO

O período de divulgação deve ser proposto a critério da agência licitante de acordo com a sua estratégia de comunicação elaborada.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

O valor referencial destinado ao investimento na ação publicitária, conforme definido para o estudo da licitação, é de R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais). Este montante abrange as etapas de criação, produção, veiculação, desenvolvimento, exposição e/ou distribuição da campanha.

8. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

Foram relacionados alguns sites com o intuito de contribuir para o conhecimento sobre o tema e a compreensão do desafio de comunicação que se propõe neste edital:

- Declaração da Cidade do Cabo sobre Turismo Responsável:

<https://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/>

- Livro Turismo Responsável – resultados que inspiram:

https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/turismo-responsavel/copy_of_EBOOK_TURISMORESPONSAVEL.pdf

- Turismo Responsável - Parque do Bondinho:

<https://tirolesa.bondinho.com.br/blog/turismo-responsavel/>

- Prêmio Turismo Responsável – WTM 2024:

<https://www.wtm.com/latin-america/pt-br/programacao/premio-turismo-responsavel.html>

Aplicação da marca MTur + Governo Federal:

Para fins de exercício licitatório, as concorrentes deverão seguir as orientações constantes nos links:

- Manual orientador:

https://www.gov.br/secom/pt-br/central-de-conteudo/manuais/uso-da-marca-do-governo-federal/2023-jan_br_govfederal_manual-de-uso_v1.1/@_@download/file

- Marca MTur e Governo Federal - Google Drive:

https://drive.google.com/drive/folders/1fTMUbxEJcPZzsXbEST3PVELGBUIJee_q

9. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

No site do Ministério do Turismo, é possível encontrar uma ampla gama de informações, incluindo a composição do Ministério, suas principais ações, publicações relacionadas ao turismo, legislação nacional aplicada ao setor, agenda das autoridades, sugestões de cursos na área, notícias e um glossário. Além disso, o site permite a realização de pesquisas por temas e oferece dicas sobre turismo.

10. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO

O Ministério do Turismo passou por algumas reestruturações nos últimos anos. Na gestão anterior, houve uma redução de suas atividades e investimentos como um todo, mas o orçamento do Ministério foi retomado no ano passado, esse ano já conta com um investimento de aproximadamente 26 milhões e o planejado para 2025 é já é mais que o dobro desse valor. Para fins de exercício licitatório, as principais iniciativas realizadas foram elencadas, e os links para acesso estão disponibilizados abaixo.

O contrato com as agências anteriores encerrou-se em dezembro de 2023, o que impossibilitou a continuidade dos esforços de comunicação do Ministério até o momento. Contudo, em meados de 2024, com o apoio da Secretaria de Comunicação Social (Secom), foram veiculadas campanhas de divulgação de duas importantes ações do MTur: o Salão do Turismo e o Feirão do Turismo.

Abaixo, seguem links para os canais oficiais e campanhas veiculadas anteriormente, que podem ser encontrados em pesquisas pela internet:

- <https://turismo.gov.br/> – Site oficial do Ministério do Turismo;
- <https://feirao.turismo.gov.br/> – Página Feirão do Turismo;
- <https://salao.turismo.gov.br/> – Página Salão do Turismo;
- <https://www.youtube.com/@ministeriodoturismo> – Youtube;
- <https://www.instagram.com/mturismo/> – Perfil Instagram;
- <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/campanhas> – Repositório campanhas.