

ANEXO I

BRIEFING

COMUNICAÇÃO AMAZONASTUR:

DESTINO AMAZONAS

A percepção do mundo sobre a Amazônia tem sido ampliada. Na Amazônia brasileira, o estado do Amazonas passou a ser reconhecido não apenas como um santuário ecológico, mas como um destino global de vanguarda, que une dois atrativos que não podem ser encontrados em nenhum outro lugar do planeta: o apelo incontestável de uma floresta diversa e conservada, somado a uma infraestrutura urbana de metrópole moderna oferecidos pela capital Manaus. Essa singularidade de opostos – aventura e conforto, natureza e cultura - representa, para o turismo do estado, uma gama de oportunidades sem precedentes.

E para converter essas oportunidades em atração genuína, precisamos compreender o nosso tempo. A começar pela importância, muitas vezes subestimada, do Turismo para a economia brasileira e amazonense nos últimos anos. Dados da Embratur demonstram que, em 2025, o Brasil consolidou sua posição como líder no crescimento global do setor, superando a média mundial: o turismo em nosso país teve um aumento de 37% em 2025, considerado “extraordinário” - uma vez que as chegadas internacionais no mundo cresceram apenas 4%. Ou seja: estamos quase dez vezes acima do crescimento mundial. O ministro de Portos e Aeroportos, Silvio Costa Filho, destacou que o turismo é um dos pilares estratégicos da economia brasileira, representando atualmente cerca de 8% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional - com tendência de crescimento, uma vez que o número de turistas internacionais em 2025 (cerca de 8 milhões) tende a ser ultrapassado em 2026 (expectativa de mais de 10 milhões). No Amazonas, o turismo cresceu 6,9% em 2025, o segundo maior crescimento do país — à frente de estados tradicionalmente fortes como São Paulo, Paraná e Minas Gerais, segundo o IBGE. Tal crescimento não se deve apenas ao aumento do interesse internacional pelo estado do Amazonas, mas principalmente pelos investimentos feitos pelo Governo do Estado por meio da Empresa Estadual de Turismo do Amazonas - Amazonastur, responsáveis por avanços históricos no setor.

O Amazonas melhorou os aeroportos e inaugurou novas rotas diretas, via Manaus, a destinos internacionais importantes como Miami e Fort Lauderdale (EUA), Cidade do Panamá (Panamá) e Bogotá (Colômbia), além de ampliar as operações regionais, facilitando traslados e ampliando opções de hospedagem. Além disso, a gestão do turismo foi reorganizada, fortalecendo centros de atendimento ao turista. Com o lançamento da plataforma Amazonas To Go, o Governo também modernizou o acesso a serviços turísticos no estado.

Além da importância econômica, o turismo é uma excelente instrumento de divulgação da cultura amazônica. E para alavancar ainda mais a procura pelo estado do Amazonas, é preciso entender o “novo” turista: aquele que dá valor ao seu investimento pessoal e financeiro, e busca destinos na era da informação e da hiperconectividade. O turista de 2026 não deseja apenas contemplação de novos cenários: ele busca “viagens com significado” e autenticidade, tempo de qualidade e alívio às ansiedades modernas. E aqui encontramos mais um atrativo sem paralelo de nosso estado: o Amazonas é uma alternativa ao “burnout digital” por meio do luxo da desconexão na selva sem renúncia ao conforto cosmopolita. É comum, entre turistas que já visitaram o Amazonas, relatos de que “aqui, o tempo corre diferente”. Diante de um encontro com algo grandioso, as percepções mudam. A experiência não se mede em minutos, mas em ciclos - das águas que sobem e descem, ditando o ritmo da vida; da floresta, que respira para que o planeta possa inspirar; e da cidade, que tem tanta paixão em sua gente. Em 2026, essa pulsação se torna uma busca: da contemporaneidade irmanada à essência. Pelo estado brasileiro onde o Teatro Amazonas, um dos mais belos do mundo, tem em seu piso e tapeçarias as texturas vivas da floresta, e em sua cúpula dourada os reflexos das luzes de uma metrópole que não para. Manaus é o pulso urbano no coração do verde; um convite para quem busca o conforto do amanhã sem perder a conexão com suas raízes. Onde o design inovador encontra o artesanato milenar, e onde o prato do chef cinco estrelas traz o sabor que só a pimenta, o tucupi e o rio conseguem dar.

OPORTUNIDADES E DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO

Quem não conhece o Amazonas precisa conhecer. Quem já conheceu não pode deixar de voltar. Para que possamos incentivar ainda mais a procura nacional e internacional pelo Amazonas como destino turístico, a comunicação tem um papel essencial a desempenhar – para convencer, e encantar o turista, sobre um investimento que não diz respeito apenas a uma viagem: visitar o Amazonas é abrir-se a perspectivas transformadoras. Sendo assim, a campanha publicitária de suporte às ações da Amazonastur tem, como principal desafio, fazer do Amazonas um destino sem igual.

O conceito e o sentimento devem se sobrepor às informações lógicas e frias: trata-se de um convite, e não de um relatório. Porém, o convite ainda deve apresentar argumentos práticos em dosagem equilibrada, para que o turista se sinta bem informado e seguro de sua escolha. Ou seja: a campanha deve produzir engajamento, e trazer um apelo irrecusável à razão e à emoção do turista.

Para o visitante que faz sua escolha motivado pela razão, o Amazonas de 2026 oferece a infraestrutura de um destino que amadureceu. Aeroportos que encurtam distâncias, hotéis urbanos capacitados a atender às exigências dos mais diferentes perfis de hospedagem, e hotéis de selva que redefinem o conceito de luxo sustentável, amparados por planejamento e logística que respeitam a natureza amazônica e o tempo do visitante.

Para o visitante que busca essencialmente a emoção, a natureza do Amazonas oferece o silêncio que ensina a ouvir, enquanto o calor humano é pura música e acolhimento. O encontro das águas mostra que o diferente pode caminhar lado a lado sem perder a

identidade. O mergulho no Rio Negro que lava a alma e o pôr do sol em Presidente Figueiredo que silencia o barulho do mundo lá fora.

Para o visitante que busca os dois aspectos, e quer mais que um novo destino no mapa, o Amazonas é uma experiência. É a prova de que é possível ser moderno sendo autêntico. É a revelação de que há sempre novos sabores a provar, novas cores para se ver, novos sons encantadores para uma mente exausta de barulho. Mais que uma foto no Instagram, o que fica é uma vivência transformadora. Amazonas é o “novo”: uma tendência turística para 2026. Mas é também o eterno: o berço de milênios de ciclos de vida que se conectam. O lugar procurado por quem quer descobrir que a maior aventura pode ser tanto encontrar o que existe de mais atual quanto redescobrir o que é essencial.

Para o desenvolvimento de Argumentos Racionais (Investimento e Viabilidade):

Informações que podem contribuir à campanha para convencer o turista sobre o custo-benefício e a segurança da escolha do Amazonas como destino:

- **Conectividade Ampliada:** o Aeroporto Internacional Eduardo Gomes registrou crescimento recorde (alta de aproximadamente 10% em passageiros e 103% em voos internacionais em 2025). Ficou mais fácil e barato chegar a Manaus com novas malhas aéreas diretas.
- **Infraestrutura Renovada:** obras do Novo PAC e investimentos em aeroportos regionais (como o de Barcelos) garantem que a logística para o interior seja segura e profissional.
- **Crescimento Acima da Média:** o Amazonas é o segundo estado com maior crescimento turístico no Brasil (6,9% em 2025), superando polos como São Paulo e Minas Gerais. Isso indica um mercado maduro, com serviços de hotelaria e guias altamente qualificados.
- **Selo de Sustentabilidade:** a nova legislação de 2025 instituiu o Selo Amazonense de Turismo Sustentável, garantindo ao turista que seu investimento apoia comunidades locais e preservação real.

Para o desenvolvimento de Argumentos Emocionais (Sedução e Descoberta)

Para que as peças publicitárias possam encantar:

- **Manaus Contemporânea:** destacar locais como a Ponta Negra, a Reserva Ducke e o Largo de São Sebastião como pontos de encontro altamente apreciáveis, onde é possível ter contato direto com a biodiversidade, a cultura local se destaca, a alegria e a hospitalidade dos amazonenses são pontos altos e a gastronomia de chefs renomados utiliza ingredientes como tucupi, jambu e pirarucu de formas deliciosamente inovadoras.

- O Luxo do "Pé no Chão": o contraste entre o Teatro Amazonas (opulência da Belle Époque) e o amanhecer em um Hotel de Selva (despertar com o som da floresta). É o encontro do erudito com o ancestral.
- A Força das Águas: o Encontro das Águas (Negro e Solimões) como metáfora para o encontro do próprio turista com sua essência — dois caminhos que seguem juntos, transformando quem assiste.
- Cultura Viva: o Festival de Parintins (que atrai mais de 120 mil pessoas) e o novo calendário cultural de 2026 (mais detalhes a seguir).

OPORTUNIDADES ÚNICAS E DIFERENCIAIS ATUAIS (2025/2026)

Turismo Cultural

A cultura esteve entre os segmentos mais afetados pela crise econômica provocada pela pandemia de Covid-19. Por esse motivo, foi um dos setores que mais recebeu atenção para sua retomada nos anos seguintes. O Plano de Governo, reconduzido pela escolha da população amazonense, estabeleceu o fortalecimento da produção artística e da economia criativa, ampliando oportunidades para a produção e acesso à arte e à cultura.

Essa estratégia tem como fundamento o impulso à economia dos setores criativos, à valorização da diversidade e da cidadania cultural, com foco especial no interior do Amazonas.

Eventos de grande porte como o Desfile das Escolas de Samba, o Festival Folclórico de Parintins, o Festival Amazonas de Ópera, a Programação de Natal do Amazonas, o Festival Folclórico do Amazonas, o Festival de Cirandas de Manacapuru e a Expedição Cultural consolidaram-se como cartões-postais culturais do estado, atraindo público e promovendo geração de emprego e renda.

Para o momento atual, estão previstos investimentos, incluindo:

- Ampliação de recursos, qualificação e fortalecimento dos editais, contemplando diferentes políticas, linguagens, segmentos e grupos culturais;
- Gestão da Política Nacional Aldir Blanc;
- Iniciativa Amazonas Criativo;
- Programa Equipa Cultura;
- Criação do edital Filma Amazonas;
- Lançamento de edital para manutenção de atividades em espaços culturais;
- Encontro das Artes, edital específico para projetos do interior do estado;
- Criação de edital para a Diversidade Cultural (LGBTQIA+, Movimento Negro, Indígenas);
- Elaboração de edital de circulação nacional e estadual;

- Projeto Afluentes das Artes;
- Edital de ocupação para espaços culturais dedicados às artes visuais.

Para democratizar ainda mais o acesso à cultura, a grande aposta é na Vocação Cultural do Interior. O objetivo é valorizar as vocações territoriais e a diversidade dos municípios do Amazonas, tomando como base suas expressões artísticas, espaços, produtos e serviços. Entre as ações planejadas, destacam-se:

- Desenvolvimento do aplicativo Mapa Cultural do Amazonas;
- Implantação do Amazonas Day em parceria com o setor de turismo;
- Criação do Circuito de Visitações Turísticas do Amazonas;
- Produção do Mapa das manifestações e festas do interior do estado;
- Organização do Calendário Cultural do Amazonas;
- Realização do Fórum de Secretários e Coordenadores de Cultura do Amazonas.

Manaus: destaque no Turismo Internacional como tendência mundial em 2026

Manaus foi reconhecida como a única cidade brasileira a figurar entre os dez destinos mundiais com maior crescimento nas reservas internacionais para 2026, de acordo com um levantamento global da Booking.com. Esse destaque posiciona a capital do Amazonas como um dos principais mercados turísticos em ascensão para os próximos anos. A plataforma Booking.com descreve Manaus como “uma cidade única, que pulsa energia urbana e que, ao mesmo tempo, é ponto de partida para conhecer a natureza exuberante da Amazônia”. Essa definição ressalta a singularidade de Manaus, ao unir a vida urbana vibrante com o fácil acesso às belezas naturais da região amazônica.

O reconhecimento internacional evidencia o avanço do turismo na Amazônia, impulsionado por viajantes que buscam experiências autênticas, contato direto com a natureza e opções de roteiros que fogem do circuito turístico tradicional. Esse movimento reflete uma mudança no perfil dos visitantes, que valorizam vivências únicas e imersivas.

O aumento das reservas internacionais em Manaus indica um reposicionamento estratégico da cidade no cenário turístico. Manaus tem se consolidado como uma porta de entrada qualificada para a Amazônia, atraindo um número crescente de estrangeiros interessados na identidade local e em infraestrutura de qualidade.

CONCLUSÃO ESTRATÉGICA

Buscamos uma nova comunicação estratégica para a Amazonastur que posicione o Amazonas não apenas como um destino de contemplação, mas como a vanguarda do turismo global para 2026. A campanha resultante deve refletir o prestígio de sermos o único destino brasileiro na lista de tendências mundiais, unindo a infraestrutura de uma metrópole em ascensão à imensidão preservada da floresta

OBJETIVO GERAL

Posicionar o Amazonas como o principal destino de "Turismo com Significado" do Brasil, consolidando a marca como uma escolha que une o desejo emocional de descoberta à viabilidade racional de um estado estruturado, moderno e sustentável.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Awareness Global: capitalizar sobre o reconhecimento da Booking.com para atrair o fluxo internacional que busca destinos autênticos e sustentáveis.

Conversão de Valor: demonstrar que o investimento do turista se traduz em infraestrutura de alta qualidade (hotéis de selva premium e logística aeroportuária renovada).

Desconstrução de Estereótipos: apresentar a Manaus de 2026 como um hub tecnológico e cultural, equilibrando a imagem de "natureza selvagem" com "modernidade urbana".

Fomento Regional: estimular o turismo para o interior (Presidente Figueiredo, Manacapuru, Parintins, Barcelos etc), aproveitando a nova malha de voos regionais.

PÚBLICOS-ALVO

Seguem abaixo exemplos de perfis de públicos-alvo: não buscamos estabelecer uma estratificação ou exigência rígidas, apenas um desenho associado de estilos, preferências e motivações que podem auxiliar as agências em suas propostas criativas, escolhendo um ou vários destes perfis diferentes dentro de suas abordagens:

Perfil: Viajantes de "Significado" (Nacional/Internacional).

Motivação Principal: propósito e impacto positivo.

O que buscam: turismo de base comunitária, conexão ética com a fauna e ritos culturais.
Perfil: High-End & Luxury Travelers (Nacional/Internacional).

Motivação Principal: Exclusividade e "Luxo da Desconexão".

O que buscam: hotéis de selva e hotéis boutique, gastronomia premiada e experiências personalizadas.

Perfil: Nômades Digitais e "Bleisure" (predominantemente internacional).

Motivação Principal: trabalho remoto aliado ao lazer.

O que buscam: Manaus moderna, conectividade em hotéis de selva e infraestrutura urbana.

Perfil: Famílias e Aventureiros (predominantemente nacional).

Motivação Principal: Descoberta e Mergulho Cultural.

O que buscam: Segurança logística, atrações como o MUSA, Encontro das Águas, Largo de São Sebastião e Teatro Amazonas em Manaus; Festival de Parintins e as cachoeiras de Presidente Figueiredo.

PERÍODO

A campanha será desenvolvida ao longo de um período de 30 (trinta) dias.

RECURSOS PRÓPRIOS

Sites: www.amazonas.am.gov.br, agenciaamazonas.am.gov.br e redes sociais.

VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

Para a realização da campanha, incluindo a produção, veiculação, apresentação e/ou distribuição do material, o orçamento de referência será de **R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais)**

LINKS E REFERÊNCIAS EXTERNAS:

<https://www.cnnbrasil.com.br/viagemegastronomia/viagem/natureza-e-0gastronomia-saiba-por-que-manaus-e-tendencia-global-em-2026/>

<https://www.band.com.br/noticias/manaus-e-unico-destino-brasileiro-em-ranking-global-de-turismo-para-2026-202601221851>

<https://www.agenciaamazonas.am.gov.br/noticias/manaus-ganha-destaque-em-pesquisa-global-sobre-tendencias-de-viagem-para-2026/>

<https://www.acritica.com/opinioao/manaus-no-top-10-do-turismo-global-1.393968>

<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/turismo-pode-crescer-mais-e-representa-8-do-pib-brasileiro-diz-ministro-costa-filho/>

https://vermelho.org.br/2026/01/23/turismo-no-brasil-cresce-dez-vezes-mais-que-media-mundial-revela-onu/#:~:text=%20Brasil.%20*%20Meio%20Ambiente.