

Estudo Técnico Preliminar 10/2025

1. Informações Básicas

Número do processo: 72031.009233/2024-05

2. Descrição da necessidade

2.1 O Ministério do Turismo (MTur), enquanto órgão responsável pela promoção e divulgação do turismo nacional, no país e no exterior, entende a necessidade de estar presente em eventos intrínsecos e temáticos do turismo, que fortaleçam a atividade turística e a imagem institucional do Órgão e do Governo Federal.

2.2 Essa perspectiva é identificada no Planejamento Estratégico Institucional (PEI) 2024-2027, que tem como visão “Ser reconhecida como instituição de referência em políticas públicas de turismo sustentável e responsável, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do Brasil e para o seu posicionamento como um dos melhores destinos do mundo”.

2.3 O Governo Federal, por meio do Ministério do Turismo, possui, com fulcro no inciso IV, art. 17 do Decreto nº 11.416, de 16 de fevereiro de 2023, como uma de suas competências a realização, a participação, o apoio, a captação, o fomento, o patrocínio e a supervisão de eventos turísticos, institucionais e corporativos de promoção da atividade turística.

2.4 O MTur tem como missão promover e democratizar o turismo responsável no Brasil, como vetor de desenvolvimento econômico e social.

2.5 A comunicação do MTur, no âmbito externo, visa promover e estimular o desenvolvimento do setor turístico, a ampliação da visibilidade de atrativos turísticos brasileiros no mercado nacional e internacional, o incentivo a iniciativas que promovam a sustentabilidade e a inclusão no turismo, a contribuição para a geração de emprego e renda no setor e o apoio à preservação do patrimônio histórico, cultural e natural do país.

2.6 O patrocínio é uma ação de comunicação que busca agregar valor à marca, consolidar posicionamento, gerar identificação e reconhecimento, estreitar relacionamento com públicos de interesse, ampliar venda de produtos e serviços, divulgar programas e políticas de atuação, por meio da aquisição do direito de associação da imagem do órgão ou entidade do Poder Executivo Federal, enquanto patrocinador de projetos de iniciativa de terceiros, tem amparo legal na Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019.

2.7 O Ministério do Turismo publicou a Instrução Normativa nº 04, de 12 de julho de 2021, com o intuito de estabelecer o fluxo interno de avaliação, bem como atribuir funções às áreas competentes que serão responsáveis pela consecução dos apoios para este fim. A referida normativa segue na íntegra os preceitos e regras estabelecidas na Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019.

2.8 A concessão de patrocínio pelo MTur é realizada a projetos que tem como princípios:

A) vincular a imagem do Ministério do Turismo e do Governo Federal ao aspecto ambiental, cultural, social e inclusivo do projeto proposto, reforçando seu posicionamento e compromisso com: o ordenamento, a estruturação e a competitividade dos destinos turísticos brasileiros, de forma sustentável, inclusiva e com acessibilidade;

B) incentivar a qualificação de profissionais, de prestadores de serviços e de destinos turísticos;

C) estimular o aumento do número de viagens de brasileiros pelo Brasil, a chegada de turistas internacionais ao País, bem como o crescimento da receita gerada pelos turistas internacionais em território brasileiro;

D) apoiar ações vinculadas à missão e visão do MTur e ao seu Planejamento Estratégico Institucional (PEI) 2024-2027.

- 2.9 A solicitação apresentada ao MTur seguirá as regras estabelecidas na Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019, na Instrução Normativa nº 04, de 12 de julho de 2021, na Lei 14.133, de 1º de abril de 2021 e demais legislações aplicáveis, que tratam do patrocínio e de compras públicas, no âmbito do Governo Federal.
- 2.10 O II Congresso de Jornalistas e Comunicadores de Turismo, uma iniciativa da Federação Brasileira de Jornalistas e Comunicadores de Turismo (Febtur), foi concebido como um instrumento de valorização dos profissionais da comunicação especializados em turismo. Mais do que um evento técnico, o congresso se estabelece como um espaço de compartilhamento de conhecimento, visibilidade e fortalecimento da atuação desses comunicadores por meio de diferentes canais e plataformas midiáticas, capazes de gerar impactos positivos nos diversos segmentos turísticos.
- 2.11 Seu escopo também contempla a promoção da inclusão social e do respeito à diversidade étnica, cultural e religiosa, reconhecendo o turismo como ferramenta de transformação e diálogo entre identidades. Ao reunir profissionais de todas as regiões do Brasil, o evento reforça o papel da FEBTUR como referência na divulgação e promoção do turismo nos âmbitos local, regional, nacional e internacional, consolidando sua missão institucional e ampliando sua atuação.
- 2.12 Cada edição do congresso representa uma oportunidade ímpar para refletir sobre o turismo sob a ótica de quem o comunica, de quem o promove e de quem dele participa. Trata-se de um ambiente propício ao debate de temas essenciais como sustentabilidade, diversidade e inclusão sociocultural, promovendo conexões significativas entre iniciativas, projetos e agentes do setor. O evento também se destaca pelo uso de canais alternativos e criativos de comunicação, que ressaltam práticas e experiências transformadoras, com foco na conscientização, na responsabilidade ambiental e na valorização da pluralidade cultural.
- 2.13 Ademais, o congresso proporciona um espaço para a escuta de histórias e vivências que ampliam a compreensão do turismo como prática antirracista e inclusiva, incentivando a construção de condutas mais éticas e conscientes no setor. Assim, o evento se configura como uma plataforma estratégica de engajamento e visibilidade de um turismo justo, diverso e comprometido com o desenvolvimento sustentável.
- 2.14 A realização do II Congresso de Jornalistas e Comunicadores de Turismo em Belém, no estado do Pará, tem como propósito reunir aproximadamente 150 profissionais da comunicação especializados em turismo para promover o diálogo e o debate sobre temas relevantes ao desenvolvimento do turismo sustentável. Nesse contexto, destaca-se a importância da comunicação especializada como fonte estratégica de informação, capaz de impulsionar práticas turísticas mais inovadoras, responsáveis e alinhadas aos princípios da sustentabilidade. O evento também visa ampliar a compreensão sobre os caminhos da sustentabilidade na região amazônica, destacando seus impactos positivos em escala nacional.
- 2.15 A programação do congresso será estruturada para fomentar a produção massiva de conteúdo relacionado aos temas discutidos, contribuindo significativamente para a formação da opinião pública acerca da relevância da comunicação no fortalecimento da sustentabilidade. O mote “Sustentabilidade se faz também com comunicação” guiará os debates, que também abordarão subtemas transversais pertinentes à realidade socioambiental da Amazônia.
- 2.16 Além dos painéis e mesas de discussão, o evento incluirá experiências práticas em diversos destinos turísticos paraenses, como Belém continental, Belém insular, Bragança e Augusto Corrêa. Essas vivências permitirão aos congressistas um contato direto com a cultura local, a gastronomia baseada em saberes tradicionais e ingredientes nativos dos rios e florestas, bem como com as belezas naturais e o potencial da região para atividades de ecoturismo, turismo de aventura, turismo de sol e mar. A programação também contempla vivências voltadas à religiosidade, arquitetura e história, expressões marcantes da identidade do povo amazônico.
- 2.17 Entre os participantes estarão jornalistas formadores de opinião, comunicadores de diversos segmentos do turismo de diferentes regiões do Brasil, além de representantes de países da Pan-Amazônia e convidados da América do Sul.
- 2.18 O congresso será realizado de 10 a 15 de junho de 2025, em um momento estratégico, no mesmo ano da 30ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (COP 30), o que reforça a relevância do evento como plataforma de diálogo e conscientização sobre os desafios e oportunidades do turismo sustentável na Amazônia.
- 2.19 O evento terá a seguinte programação:

10 de junho - Terça- Feira

Chegada – Boas-vindas e Recepção Cultural

19h - Evento Teatro da Paz

Apresentação cantora Carol Almeida

Oferecimento Secretaria de Cultura do Estado do Pará/Secult

Sugestão de Pauta: Entrevista com a Secretária Úrsula Vidal (jornalista)

20h30-22h30 - Casa das 11 Janelas – Degustação da Alta Gastronomia Regional

Casa das 11 Janelas – Espaço Cultural Saulo Jennings

Chef Saulo Jennings – Embaixador de Turismo Gastronômico da Organização das Nações Unidas – ONU – “Sustentabilidade da Cultura Alimentar da Floresta”

Sugestão de Pauta:

Entrevista Chef Saulo Jennings

22h30 – Encerramento e retorno ao hotel

Fim do primeiro dia.

11 de junho – Quarta Feira

Jornada Técnica de Comunicação para o Turismo

06h30-07h20 - Café da Manhã

Café da Manhã para congressistas hospedados

07h30-07h45 - Deslocamento / Transfer

Transporte do Hotel para o Congresso

II Congresso de Jornalistas e Comunicadores de Turismo – Febtur

Local: Parque da Residência / Estação Gasômetro

Uma imersão na informação sobre o turismo

Tema: “Sustentabilidade também se faz com informação”

07h50-08h30 - Credenciamento

Credenciamento – Parque da Residência / Teatro Estação Gasômetro

08h10-08h50 - Coletiva de Imprensa

- Celso Sabino de Oliveira, Ministro do Turismo e Presidente do Conselho Executivo da ONU Turismo
- Gorgônio Loureiro Pres. Febtur Nacional
- Christina Hayne – Presidente Febtur Pará e Organizadora do Congresso
- Representante do Governo do Estado do Pará

09h00-09h20 - Abertura Oficial

- Momento Falas da Floresta (Povos Originários) Márcia Kambeba e músicos: Vozes dos povos da floresta – Uma imersão na realidade dos povos originários a partir de um recorte cultural, sons e imagens impactantes. Um alerta. Uma aproximação.
- Sugestão de Pauta: Entrevista Dra. Marcia Kambeba EtnoLinguista, cantora, compositora e autora de diversas obras literárias e de poesias.

09h20-09h30 - Apresentação

- Vídeo Belém
- Vídeo Pará
- Vídeo COP 30
- Vídeo Febtur dando às boas-vindas a Belém, ao Pará e a Amazônia.

09h30-11h00 - Mesa de Abertura

Cerimonial autoridades municipais, estaduais e federais.

11h00-11h40 - Palestra Master 01

Apresentação: Ministro do Turismo Celso Sabino

Tema: “O Crescimento do movimento turístico dos destinos brasileiros: destaque Amazônia”

11h45-12h45 - Mesa Redonda

Mesa redonda com secretários estaduais de Turismo.

Tema: “Brasil: por um turismo integrado”

Moderação: Lucas Vieira, Secretário Adjunto de Turismo do Estado do Pará

13h00-14h00 - Brunch

Brunch Local: ao lado teatro Estação Gasômetro

Momento instagramável, de circulação

14h00-14h20 - Eixo I - Comunicação - Palestra com Denise Salomão

Palestra com Denise Salomão – Google

Tema: “Ferramentas da Google para a comunicação de turismo”

14h30-14h50 - Eixo I - Comunicação - Lançamentos Febtur

Apresentação Marco Aurélio Jacob – Diretor de Comunicação da Febtur / Gazeta do Cerrado

- Lançamento da plataforma do Portal de Notícias de Turismo da Febtur: febtur.org.br
- Lançamento do “Manual de Redação de Jornalismo de Turismo”.
- Lançamento do Espaço Publicações de Artigos Científicos sobre Turismo – A academia fala sobre o turismo (Universidades):

Participação:

- Gisele Souza – Diretora da Câmara Técnica de Comunicação da Associação Comercial do Estado do Pará – ACP, responsável pelo Congresso Amazônico de Comunicação Designer e Mkt.

- Lançamento João Ramid- A força da imagem na movimentação turística – Fotógrafo Sócio Ambiental e curador no Brasil e no Exterior.

14h50-15h50 - Painel - Mesa Redonda

“Comunicação como ferramenta de integração, visibilidade e sustentabilidade para o Turismo” –

Mesa com a presença de:

- Fábio Zelensky – União Nacional de Convention & Visitors Bureau (CVBs) e Entidades de Destinos – Unedestinos
- Veronica Lima – Coord. de Comunicação da AJOR – Associação de Jornalismo Digital (reúne 130 entidade de jornalismo do Brasil)
- Arcângela Sena – Docente e Coordenadora dos cursos da Área da Economia criativa na Estácio do Pará e de Pós Graduação
- Daniel Nardim – Fundador da Amazônia Vox
- Grazielle Bezerra – Coordenadora de pautas do Governo para a EBC –Empresa Brasileira de Comunicação

Moderação: Marco Aurélio Jacob – Febtur / Gazeta do Cerrado

15h55-16h25 – Eixo II - Diversidade e Sustentabilidade

Palestra Úrsula Vidal, Jornalista e Secretária de Cultura do Estado do Pará

“Diversidade e a força da cultura no impulsionamento do turismo na Amazônia e no Brasil”

16h25-16h40 – Coffee Break

Coffee Break

16h45-17h45 - Mesa redonda – Painel Diversidade

- Tânia Neris –Embratur – Gerente de Promoção do Afroturismo e Etnoturismo e Coordenadora de Promoção de Turismo
- Juliana Miranda Mestra em Comunicação, Linguagens e Cultura Amazônica, Analista – Organização da Nações Unidas – ONU
- Hortencia Osaqui – Rota Amazônia Atlântica / turismo rural sustentável (Belém, Santa Bárbara, Castanhal, Bragança e Augusto Correa)
- Raquel Ferreira– Monotur – Turismo (Turismo de Experiência de Base Comunitária conhecimento tradicional e roteiros sustentáveis)
- Indicada pela Secretaria dos Povos Indígenas/ Etnoturismo (à confirmar) ou VIVA Marajó

Moderador: Dani Filgueiras

17h45 -18h05 - Eixo III - Sustentabilidade se faz também com Informação

Palestra Paulo Rocha – Sudam

Tema: “Desenvolvimento e iniciativas sustentáveis para a Amazônia”

18h05 -18h25 - Eixo III - Sustentabilidade também se faz também com informação

Palestra Bernadete Almeida

Tema: “Gestão e Comunicação Institucional”

18h30-19h20 Mesa Redonda - Sustentabilidade

- Mariluz Coelho – Comunicação socioambiental para o turismo sustentável – conexões Amazônia e Portugal.
- Lu De Lamari – Turismo Regenerativo em territórios brasileiros
- Benigna Soares – BirdWatching (case Altamira)/ Ecoturismo
- Noemia Ishikawa – Micoturismo

Moderação: Christina Hayne – Febtur

19h25-20h00 – Palestra

Palestra Alice Pataxó (Indígena – Uma das 100 mulheres mais influentes do mundo)

Tema: “Comunicação e sustentabilidade”

20h00-20h30 - Momento Cultura Amazônica

Momento cultura popular da Amazônia e momento gastronômico Marajoara.

- Rodada degustação de açaí

Imersão cultural com:

- Pássaros Juninos,
- Cabeçudos de São Caetano, e,
- Roda de Carimbó.

20h30-22h00 – Jantar

Jantar com os Chefs De Lano e Chef Bola do Marajó – Uma imersão na culinária marajoara e serviço de sucos e água: Restaurante do Parque da Residência.

22h30 – Retorno Hotel**12 de junho – Quinta Feira**

Experiencia Belém Continental

06h30-07h50 - Café da Manhã

Café da Manhã para congressistas hospedados

08h00-08h45 - COP 30 - Visita técnica - Parque da Cidade

Visita técnica – Parque da Cidade, local que será realizada a 30ª Conferência das Nações Unidas.

08h45-09h15 - Momento Verde

Plantio de 100 árvores pelos integrantes do Congresso no Parque da Cidade.

09h15-12h00 - Grupo 1 - Roteiro Religioso

Roteiro Religioso – Centro Arquitetônico de Nazaré e Basílica de Nazaré – Museu do Círio – Casa de Plácido

Sugestão de Pauta: Arquidiocese

09h15-12h30 - Grupo 2 - Evento técnico – Assembleia Geral Febtur

Assembleia Geral Febtur – Mangal das Garças

12h30-14h00 - Almoço Mangal da Garças

Almoço Mangal da Garças

Oferecimento Ministério do Turismo

Sugestão de Pauta: Pesquisadores e Equipe Mangal das Garças, Equipe do Restaurante de Gastronomia Regional

14h15-15h30 - Visitação Mangal da Garças

Visitação Mangal da Garças:

- Borboletário,
- Trilhas,
- Ecoturismo,
- BirdWatching.

15h45-16h15 - Visitação do Mirante Mangal da Garças

Visitação do Mirante Mangal da Garças com contemplação da Amazônia Paraense – Belém Continental e Belém Insular.

16h30-18h00 - Deslocamento pelo corredor do turismo

Deslocamento pelo corredor do turismo – Roteiro Feliz Luzitânia: Forte do Castelo (Forte do Presépio), Complexo Santo Alexandre (museu).

Sugestão de Pauta: Prof. Dr. Michel Pinho e Raquel (Monotur Turismo, passeios sustentáveis)

18h00 - Terminal Hidroviário

Terminal Hidroviário – Estação das Docas – Vale Verde Turismo

18h10-19h10 - Passeio Fluvial

Roteiro Passeio Vale Verde Turismo ao Pôr do Sol pela Orla de Belém, com momento Cultural e Degustação de Sorvetes Regionais Cairú.

Sugestão de Pauta: Sorvetes Regionais Cairú, considerado o melhor sorvete do Brasil e entre os 100 melhores do mundo.

19h15-20h00 - Abertura Quadra Junina

Movimento Cultural Arraial do Pavulagem (início da quadra junina)

20h00-22h00 - Noite Livre

Noite Livre – Sugestão Visitação ao Boulevard da Gastronomia, sugestão de jantar no Point do Açaí, com casarões históricos (prédio do Sesc, e restaurantes turísticos)

* JANTAR LIVRE (por conta dos participantes e entradas, caso houver)

22h15 - Deslocamento

Deslocamento do Boulevard da Gastronomia para o Hotel.

13 de junho – Sexta Feira

Circuito Belém Insular

06h30-08h30 - Café da Manhã

Café da Manhã para congressistas hospedados

08h30 - Saída do Hotel

Saída do Hotel – Transporte do Congresso para o Terminal Hidroviário – a Barca

08h45-12h00 - Quintal Ribeirinho

Circuito de Turismo de Base Comunitária com experiências em roteiros sustentáveis na Ilha do Cumbu.

Visitação a Belém Insular:

- Território Igara, com o café da floresta,
- Experiência do açaí e do cacau,
- Ecoturismo na floresta com banho de ervas.

Turismo Sustentável e Consciente:

- Demonstração de tratamento de água para banheiros,
- Tratamento de resíduos (lixos) sustentáveis, transformação de resíduos em gás.

12h15-16h00 - Almoço - Restaurante Palafita Saudosa Maloca

Almoço – Cardápio regional de Chefs de cozinha da Belém Insular (39 ilhas) – Restaurante palafita Saudosa Maloca.

Visita e trilha e a maior Samaúma da região.

Oferecimento: Abrasel e Prefeitura de Belém

Sugestão de Pauta:

Belém:

- Cidade Criativa da Gastronomia no Brasil, pelo quarto ano consecutivo.
- Modo de vida do homem amazônico com a floresta.

16h00-16h30 - Deslocamento

Deslocamento – Transporte Fluvial do Congresso para o Hotel

18h30 - Deslocamento

Deslocamento – Transporte Hotel para Mercado de São Brás

18h45-19h30 - Momento COP 30

Receptivo com apresentação do Mercado São Brás e da COP 30 no Espaço Cultural do São Brás.

Visitação do maior equipamento histórico e turístico de Belém, experiência com a cultura alimentar do Pará e da Amazônia.

Participação: Prefeitura de Belém, Comitê de Coordenação da COP 30 e Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – Abrasel Pará

19h30-20h30 - Visitação aos espaços

Visitação aos espaços internos do Mercado de São Brás com Arrastão Cultural com Arraial do Pavulagem.

20h30-22h30 - Momento Congresso

Momento Congresso – Degustação de produtos típicos do Pará, como cachaça de jambu e gim de castanha, acompanhada de apresentação de bartenders.

* JANTAR LIVRE (por conta dos participantes)

Oferecimento: Mercado São Brás, Prefeitura de Belém e Indústria de Bebidas AMZ

Programação Cultural, Shows:

- André Nascimento (retro do Carimbó)
- Ronaldo Silva e Junior Soares (Arraial do Pavulagem)

Sugestão de Pauta:

1. Mercado de São Brás, revitalizado e uma das referências para o turismo da Cidade de Belém, reabertura do Mercado ao Público de Belém).
2. Permissionários (trabalhadores licenciados da cultura alimentar dos espaços históricos de Belém) para falar sobre a cultura alimentar e histórica de Belém.
3. COP 30
4. Apoiadores do Evento

22h45 - Deslocamento

Deslocamento – Transporte Mercado de São Brás para Hotel

14 de junho - Sábado

Ilha do Mosqueiro – Roteiro 1

06h30-08h00 - Café da Manhã

Café da Manhã para congressistas hospedados.

08h15-11h00 - PARQUE ESTADUAL DO UTINGA

Saída do Hotel – ROTEIRO 1 – Ecoturismo e Turismo de Aventura.
Visitação ao Parque Estadual do Utinga.

11h10-12h30 - DESLOCAMENTO ILHA DO MOSQUEIRO

Ilha do Mosqueiro – Com Paradas na Fábrica da Natura, e Frutaria, comercialização de queijos, camarões.

12h30-14h30 – ALMOÇO

Almoço

14h30-16h30 – VISITAÇÃO CITY TOUR PELAS PRAIAS

Visitação City Tour pelas praias da Ilha do Mosqueiro:

- Praia de São Joaquim,
- Praia do Ariramba,
- Praia do Murubira (parada pra banho),
- Chapéu Virado (parada pra banho),
- Praia do Farol (parada pra banho)

- Ponte de Cajueiro – Canaranduba (Imersão do estilo de vida da comunidade ribeirinha da Ilha do Mosqueiro)

16h30-17h30 - PRAÇA MATRIZ

Visitação ao espaço das Tapioqueiras do Mosqueiro.

18h00-20h00 - RETORNO BELÉM

Retorno ao Hotel

20h00 - NOITE LIVRE

- Noite Livre (jantar por conta dos participantes)

Bragança – Roteiro 2

06h00-07h00 - Café da Manhã e Check Out

ROTEIRO 2 – Turismo de Sol de Mar (Praia de Ajuruteua)

Café da Manhã para congressistas hospedados e Check Out do Hotel de Belém para quem optar pelo Roteiro 2.

07h15-11h00 - Deslocamento

Saída do Hotel – Deslocamento Belém/Bragança.

11h00-15h00 - Turismo de Sol e Mar

Visitação, banho de mar e Almoço na Praia da Juruteua.

15h00-16h00 – Hospedagem para Roteiro 2

Check In nas novas acomodações para quem optou pelo Roteiro 2 nos hotéis:

- Hotel de Charme Vitória, e,
- Hotel Urumajó de Bragança

16h45-19h00 – Momento Cultural de Bragança

Momento Cultural de Bragança Experiência – Apresentação de Marujada

Oferecimento: Prefeitura Municipal de Bragança e Secretaria Estado de Turismo e Secretaria Estado de Cultura

19h30-21h00 - Opção 1 - Jantar em Bragança

Jantar em Bragança e City Tour noturna da cidade.

19h30-21h00 - Opção 2 - Roteiro Turístico Noturno

Deslocamento Bragança, Augusto Correia

Roteiro Turístico Noturno – passeio de trilhas, Fazenda Bacuri – MicoTurismo de Cogumelos Fluorescentes. (Limite 20 pessoas para o grupo)

22h00 - Opção 2 - Deslocamento

Opção 2 – Deslocamento – Transporte Fazenda Bacuri para hotéis.

15 de junho - Domingo

Bragança – Eco Hotel Acassu – Roteiro 1

07h00-08h00 - Café da Manhã

Café da Manhã e Check out Hoteis de Bragança

08h00-9h30 - Turismo Rural Sustentável

Sítio Raiz em Bragança.

Turismo rural sustentável.

Cadeia produtiva da mandioca.

09h30-12h30 - Deslocamento

Deslocamento Bragança para Eco Hotel Acassu. (Alça Viária).

12h30-15h00 - Almoço e Encerramento

Visitação ao Eco Hotel Acassu (que receberá a comitivas e presidentes que virão para a COP 30) e Almoço de Encerramento

Sugestão de Pauta: Patrícia Godoy – Presidente da ABEOC Pará e da Bussiness

15h00 - Encerramento e Deslocamento

Encerramento e Deslocamento para o Aeroporto Internacional de Belém

Turismo de Aventura e Encerramento – Roteiro 2

Programação opcional, quem tiver voos no período da manhã, solicitar transfer.

06h30-07h30 - Café da Manhã

Café da Manhã para congressistas hospedados

07h30-08h20 - Check out do Hotel e Deslocamento

Check out do Hotel – Deslocamento até a imersão cultural.

08h30-10h45 - Imersão Cultural

Programação de rua:

Primeiro Arrastão do Arraial do Pavulagem pelas ruas de Belém.

11h00-15h00 - Visitação do Eco Hotel Acassu

Visitação do Eco Hotel Acassu (que receberá a comitivas e presidentes que virão para a COP 30) e Almoço de Encerramento

Sugestão de Pauta: Patrícia Godoy – Presidente da ABEOC Pará e da Bussiness

15h00 - Encerramento.

2.20 A realização do Congresso está diretamente alinhada aos princípios e diretrizes estabelecidos pelo PNT - Plano Nacional de Turismo 2023–2027, que tem como eixo central o desenvolvimento sustentável, inclusivo e descentralizado do setor turístico no Brasil.

2.21 Um dos principais objetivos do **Plano Nacional de Turismo (PNT)** é o fortalecimento da governança e da gestão descentralizada. O Congresso da FEBTUR reúne profissionais da comunicação, gestores públicos,

empresários e representantes da sociedade civil, promovendo o diálogo entre diferentes esferas e fomentando políticas públicas integradas voltadas ao turismo. Além disso, o evento contribui para o protagonismo da região amazônica no cenário turístico nacional, promovendo a valorização de seus recursos naturais e culturais, em consonância com o objetivo de diversificação e descentralização da oferta turística brasileira.

2.22 Outro ponto de destaque é a promoção do turismo responsável e sustentável. A escolha de Belém como sede do evento favorece o estímulo ao turismo ecológico e cultural, com ênfase em práticas que respeitam o meio ambiente e valorizam as comunidades locais.

2.23 O evento oferece uma programação voltada à qualificação de comunicadores especializados em turismo, reforçando a importância de uma divulgação ética e consciente dos destinos brasileiros, contribuindo assim para a construção de uma imagem positiva e sustentável do Brasil.

2.24 A geração de emprego, renda e a inclusão social também são contempladas por meio das atividades promovidas no evento. O fortalecimento da cadeia produtiva do turismo na região – incluindo o artesanato, a gastronomia, a hotelaria e os serviços – impacta diretamente a economia local e favorece a inclusão de populações tradicionais, como comunidades indígenas e ribeirinhas.

2.25 Congresso também se insere na perspectiva da inovação e da modernização do setor turístico. A troca de experiências, a apresentação de novas tecnologias e estratégias de comunicação digital contribuem para aumentar a competitividade do turismo brasileiro no cenário internacional.

2.26 Pelas razões apresentadas acima, o Ministério do Turismo tem interesse em patrocinar o evento “**II Congresso de Jornalistas e Comunicadores de Turismo da FEBTUR**” a ser realizado em Belém/PA, entre os dias 10 a 15 junho de 2025, com o intuito de agregar a sua marca, juntamente com a do Governo Federal, para seu público de interesse.

2.27 Para levantamento das possibilidades de contratação e seguindo as normativas da Instrução Normativa nº 04, de 12 de julho de 2021, foi realizada avaliação conforme estipulado no anexo da referida Instrução Normativa e que pode ser visualizado na Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI nº 2519401).

2.28 Conforme proposta (SEI nº 2521881) projeto enviado para o Ministério apresenta 5 (cinco) cotas de patrocínio, sendo elas: Cota Diamante (R\$ 195.000,00), Cota Rubi (R\$ 100.000,00), Cota Ouro (R\$ 75.000,00), Cota Prata (R\$ 50.000,00) e Cota Bronze (R\$ 30.000,00).

2.29 De acordo com a Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI 2519401) e com base na proposta encaminhada pelo proponente (SEI nº 2521881), o evento alcança a nota de 82 pontos, o que indica a possibilidade de investimento máximo do MTur de até R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

2.30 Cabe ressaltar que o evento se adequa as atribuições estratégicas da SNPTUR, segundo o art. 14, do Decreto nº 11.416, de 16 de fevereiro de 2023, que tem por competência o desenvolvimento de segmentos turísticos.

2.31 Ademais, o projeto se insere no âmbito do Patrocínio, regido pelas Instruções Normativas nº 02, de 23 de dezembro de 2019 e nº 04, de 12 de julho de 2021.

2.32 Quanto à congruência do evento em relação aos objetivos estratégicos do Ministério do Turismo, o escopo e formato apresentados estão alinhados com a Política Nacional do Turismo do Ministério do Turismo em vários aspectos, tanto pelo público, quanto pela temática do evento.

2.33 Desta forma, como cabe ao Ministério do Turismo criar plataformas de apoio à comercialização, estruturação e melhoria de produtos e serviços turísticos que se considera interessante a participação no referido evento.

2.34 A cota **RUBI** (R\$ 100.000,00), dentre as apresentadas, foi considerada a mais vantajosa para o MTur, tendo a precificação levado em consideração a disponibilidade orçamentária, alinhamento com os objetivos estratégicos do Ministério do Turismo e com o Plano Nacional do Turismo, além das possibilidades de ativação e relacionamento e o potencial de fortalecimento de imagem do Ministério e do Governo Federal.

2.35 De acordo com a proposta enviada (SEI nº 2521881), a cota Rubi possui as contrapartidas discriminadas a seguir:

COTA RUBI

Valor da Cota: R\$ 100.000,00

(cem mil reais)

CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL

Veiculação de Documentários

- Produção de dois documentários institucionais: um a ser exibido na abertura e outro ao término do evento.

Vídeos Promocionais para Redes Sociais

- 6 (seis) vídeos de até 30 segundos com trechos da programação, divulgados entre os dias 9 e 15 de junho de 2025, nas redes sociais oficiais do evento.

Materiais Visuais e Promocionais no Espaço do Evento

- Windbanners com logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal na entrada principal do Teatro Estação Gasômetro (quantidade: 4).
- Inserção da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal nos backdrops e no Press Hall do evento.
- Destaque visual da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal em painel de LED no palco e em área da Mostra Bioeconomia Criativa.
- Aplicação da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal em espaço instagramável.

Material do Congressista

- Aplicação da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal em: camisetas, pastas, crachás, bolsas, blocos e demais materiais distribuídos aos participantes inscritos (quantidade padrão: 200 unidades por item).

Revista "Acontece no Turismo"

- Inserção de anúncio institucional do Ministério do Turismo e Governo Federal em edições impressa e digital da revista nos meses de junho e julho.
- Divulgação por meio do portal www.febtur.org.br.

Espaço Institucional

- Concessão de estande exclusivo para o Ministério do Turismo, no formato 2x2x2,8 metros, no local do evento (Estação Gasômetro/Parque da Residência).

Exposição de Marca no Site e em Mídias Digitais

- Logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal destacada em banner no site da FEBTUR.
- Presença da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal na régua de patrocinadores em todos os materiais promocionais e institucionais do evento.

Cobertura Jornalística e Editorial

- Citação do do Ministério do Turismo e Governo Federal como apoiador principal em matérias locais, regionais (Amazônia), nacionais e internacionais.
- Participação de representante do Ministério do Turismo nas mesas-redondas e debates da programação oficial.
- Citação institucional do Ministério do Turismo e Governo Federal nas lives oficiais e nas entrevistas realizadas com o ministro ou representantes da pasta no período de abril a junho de 2025.

- Inclusão do Ministério do Turismo e Governo Federal nas ações de visibilidade editorial em matérias sobre o turismo nos estados onde a FEBTUR atua.
- Inserção da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal em matérias publicadas espontaneamente em sites, portais e mídias parceiras.

CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS/SOCIAIS/ECONÔMICAS

Ambientais:

- Plantio de árvores nativas da Amazônia, autorizado pelas Secretarias de Meio Ambiente e Cultura, no Parque da Residência (local a ser definido), previsto para o dia 11 de junho de 2025.
- Plantio de várias árvores no Parque da Cidade (local previsto para a COP 30, em Belém) pelos congressistas profissionais de comunicação especializada em turismo, em data a ser confirmada, no dia 12 de junho de 2025.
- Programação de experiências no Congresso de Jornalistas e Comunicadores de Turismo focadas em conscientização ambiental, compreensão da vida pautada na sustentabilidade e imersão na Amazônia, com vivências ribeirinhas e sobre cadeias produtivas relacionadas ao turismo sustentável.
- Realização de evento técnico e momentos com base na cultura alimentar local e da floresta.
- Valorização do conhecimento tradicional e milenar para maior compreensão e respeito ao meio ambiente.
- Espaços para debates, painéis, palestras e mesas-redondas abordando temas como sustentabilidade, turismo sustentável, turismo regenerativo, turismo de base comunitária, turismo de experiências, turismo consciente e o papel da comunicação como ferramenta de sustentabilidade e transformação para o turismo.
- Incentivo ao turismo sustentável, inclusivo, integrador, impactante e encantador.
- Destaque ao respeito aos povos originários, com vozes da floresta apresentando a força, importância e conhecimentos desses povos como guardiões da natureza.
- Experiência com comunidades ribeirinhas e seu modo de vida, incluindo iniciativas sustentáveis para a rotina diária, como a troca de matriz energética por energia limpa e a transformação do lixo em gás.
- Prática de manejo correto do lixo produzido localmente, com orientação sobre descarte adequado para os congressistas.
- Redução do uso de papelaria no material promocional do congresso, priorizando produtos reciclados.

Sociais:

- Pautas e temas focados em diversidade e inclusão.
- Parceria com a Universidade Estácio para estágios de universitários dos cursos de Comunicação e Turismo, proporcionando aprendizado prático em eventos de comunicação voltados para turismo sustentável, inclusivo e diverso.

Econômicas:

- Pequena Mostra de Bioeconomia Criativa no Espaço Estação Gasômetro: apresentação para divulgação de iniciativas exitosas por parte de pequenos produtores da floresta, povos originários e quilombolas.
- Disponibilização de 22 espaços para exposição de produtos produzidos e/ou idealizados por profissionais empreendedores, artesãos, talentos da gastronomia criativa, produtos artesanais e certificados.

- Espaço cedido a representantes do turismo de base comunitária ou para aqueles que obtiveram sucesso por meio de práticas positivas em conformidade com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).
- Espaço de comercialização.
- Espaço para networking.
- Espaço para troca de conhecimento.

Acessibilidade:

- Práticas inclusivas durante o evento, como tradução em libras.
- Adequação dos espaços para garantir acessibilidade em toda a programação.

Comunicação antirracista:

- Serão difundidas informações de práticas antirracistas tanto pela equipe do cerimonial ao longo do evento, quanto banners de sinalização trazendo informações sobre a questão. O evento estará alinhado às ações de patrocínio ao Plano de Comunicação pela Igualdade Racial.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Secretaria Nacional de Políticas de Turismo (SNPTur)	CRISTIANE LEAL SAMPAIO

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

4.1 A modalidade de apoio Patrocínio encontra sustentação técnica na Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019, na vigente Instrução Normativa MTur nº 4/GM, de 12 de julho de 2021 do Ministério do Turismo, bem como em outros normativos que dão suporte às contratações do Governo Federal.

4.2 Em atendimento à legislação proposta, será submetida para análise e verificação de conformidade pela Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal (SECOM), via Sistema de Controle de Ações de Comunicação (SISAC), não havendo necessidade de ser submetido para prévia manifestação do Comitê de Patrocínios, conforme disposto no art. 33 da Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019.

4.3 Dentre as possibilidades de apoio via patrocínio, estão dispostas duas formas de seleção de projetos. A primeira modalidade é a Escolha Direta do Ministro e a segunda por meio de Seleção Pública.

4.4 Tendo em vista a inexistência de edital aberto de seleção pública destinado aos projetos/eventos de patrocínio no âmbito do Ministério do Turismo, o presente evento, que fora indicado poderá ser apoiado via Escolha Direta, como disposto na Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019 e na Instrução Normativa MTur nº 4/GM, de 12 de julho de 2021.

4.5 Esta modalidade de seleção não exclui o trabalho de análise técnica da Coordenação-Geral de Fomento a Eventos Turísticos, que verificou o atendimento aos critérios contidos na legislação vigente, segundo a Planilha Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI nº 2519401).

4.6 A execução do serviço se dará no período de 10 a 15 junho de 2025 em Belém/PA.

4.7 A vigência do contrato será de 30 (trinta) dias, a contar da sua assinatura, incluído o prazo final para apresentação do relatório final de execução.

5. Levantamento de Mercado

5.1 A bibliografia acerca do segmento turístico traz uma série de distintas definições do que seriam eventos, porém o conceito oficial abordado pela Associação Brasileira de Normas Técnicas na NBR 16004:2016 o define como "atividade planejada para determinado período e local, reunindo pessoas com objetivos comuns".

5.2 De forma mais constrita, tem-se o conceito de Meireles (1999, p. 71) apud NEVES e PAIVA (2008, p. 5), qual seja:

"um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos de tecnologia."

5.3 É fato que independentemente do quão planejadas sejam as ações, as atividades vinculadas à sua realização exigem, grande parte das vezes, de alterações, adaptações e correções, sendo fundamental a capacidade do organizador na tomada de decisões.

5.4 Como fomento à comercialização, a participação institucional pode ser aliada a ações mercadológicas, objetivando a divulgação e promoção de destinos turísticos nacionais, preferencialmente de forma a proporcionar a experimentação dos produtos e/ou serviços correlacionados aos atrativos turísticos nacionais existentes. Nesse sentido, é essencial que o público tenha o máximo de contato sensorial/vivencial possível com o conteúdo apresentado, de modo a potencializar a experiência e a satisfação, além de despertar o desejo de viajar pelo Brasil e/ou incentivar a venda de produtos brasileiros.

5.5 Para que um evento ocorra e/ou para que as ações acima mencionadas sejam operacionalizadas, faz-se necessário um planejamento prévio e a estruturação na operacionalização do evento. Nessa fase, deve-se definir as estratégias de atuação, por meio da elaboração de metas e os métodos de alcançá-las. Pode-se adotar os mais variados tipos de estratégias:

I - Estratégias comerciais: aplicadas em feiras comerciais, consiste em estratégias para trazer o cliente para o estande para que negócios sejam fechados durante ao evento;

II - Estratégias institucionais: apresentar a marca, reforçá-la e fazer com que se consolide no segmento que a empresa atua;

III - Estratégia de marketing: promoção do produto ou serviço;

IV - Estratégia de relacionamento: criar um ambiente que possibilite a interação com muitos cliente e clientes potenciais, em um curto espaço de tempo e que resulte em negócios pós-evento.

V - Estratégias combinadas: combinação das estratégias acima, porém se atentando para um objetivo específico.

5.6 Dentre os principais recursos necessários para estruturação de um evento, podemos elencar, dentre outros e, abrangendo aqueles recursos atrelados aos eventos presenciais:

I - Recursos humanos;

II - Alimentação e bebidas;

III - Infraestrutura;

IV - Logística;

V - Paisagismo;

VI - Soluções tecnológicas;

VII - Material de divulgação; e

VIII - Comunicação Visual

5.7 Embora possuam grande variação entre si, os eventos têm como cerne necessidades similares de estruturação, principalmente quando aplicado à realidade dos diferentes órgãos públicos.

5.8 Para aferir os tipos de soluções existentes no mercado foi criada tabela que estabelece critérios mínimos que este Ministério busca encontrar ao avaliar as propostas de patrocínio, publicados no anexo da Instrução Normativa MTur nº 4/GM, de 12 de julho de 2021. A referida tabela identifica e pontua contrapartidas de mídia que mais interessam para o Ministério do Turismo no que diz respeito à projeção da sua marca e do Governo Federal.

5.9 Após análise dos quesitos contidos na Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI nº 2519401) e com base na proposta encaminhada pelo proponente (SEI 2521881), o evento alcança a nota de 82 pontos, o que indica o investimento máximo do Ministério do Turismo de até R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

Cota DIAMANTE**R\$ 195.000,00****(cento e noventa e cinco mil reais)****CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL**

- Exclusividade de apoio na categoria.
- Inserção da logomarca nos materiais promocionais do evento (como bolsas, canetas, canecas, entre outros).
- Inserção da logomarca nos materiais produzidos para os canais de divulgação online.
- Logomarca no painel de LED do evento, exibida nos intervalos e nas chamadas dos palestrantes.
- Logomarca destacada nos vídeos e documentários produzidos durante o evento.
- Logomarca no aquário montado para a transmissão de entrevistas, podcasts e videocasts com jornalistas da Amazônia e do Brasil.
- Citação como apoio principal nas matérias produzidas antes, durante e após o evento, com circulação nacional e no Mercosul, por meio dos canais oficiais da FEBTUR.
- Citação como apoio principal nas lives realizadas durante o evento, com menção no início e no encerramento de cada transmissão.
- Participação de um representante da entidade em mesas-redondas e debates da programação, com divulgação nas mídias sociais durante o Congresso.
- Participação de um representante da entidade em uma das mesas da programação oficial do Congresso.
- Entrevista com um representante da entidade para divulgação nas mídias sociais e no canal oficial da FEBTUR no YouTube.
- Publicação de um anúncio em página dupla na revista Acontece no Turismo, da FEBTUR, em duas edições consecutivas.
- Concessão de espaço exclusivo para estande institucional.

COTA RUBI**Valor da Cota: R\$ 100.000,00****(cem mil reais)**

CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL

Veiculação de Documentários

- Produção de dois documentários institucionais: um a ser exibido na abertura e outro ao término do evento.

Vídeos Promocionais para Redes Sociais

- 6 (seis) vídeos de até 30 segundos com trechos da programação, divulgados entre os dias 9 e 15 de junho de 2025, nas redes sociais oficiais do evento.

Materiais Visuais e Promocionais no Espaço do Evento

- Windbanners com logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal na entrada principal do Teatro Estação Gasômetro (quantidade: 4).
- Inserção da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal nos backdrops e no Press Hall do evento.
- Destaque visual da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal em painel de LED no palco e em área da Mostra Bioeconomia Criativa.
- Aplicação da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal em espaço instagramável.

Material do Congressista

- Aplicação da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal em: camisetas, pastas, crachás, bolsas, blocos e demais materiais distribuídos aos participantes inscritos (quantidade padrão: 200 unidades por item).

Revista "Acontece no Turismo"

- Inserção de anúncio institucional do Ministério do Turismo e Governo Federal em edições impressa e digital da revista nos meses de junho e julho.
- Divulgação por meio do portal www.febtur.org.br.

Espaço Institucional

- Concessão de estande exclusivo para o Ministério do Turismo, no formato 2x2x2,8 metros, no local do evento (Estação Gasômetro/Parque da Residência).

Exposição de Marca no Site e em Mídias Digitais

- Logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal destacada em banner no site da FEBTUR.
- Presença da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal na régua de patrocinadores em todos os materiais promocionais e institucionais do evento.

Cobertura Jornalística e Editorial

- Citação do do Ministério do Turismo e Governo Federal como apoiador principal em matérias locais, regionais (Amazônia), nacionais e internacionais.
- Participação de representante do Ministério do Turismo nas mesas-redondas e debates da programação oficial.
- Citação institucional do Ministério do Turismo e Governo Federal nas lives oficiais e nas entrevistas realizadas com o ministro ou representantes da pasta no período de abril a junho de 2025.
- Inclusão do Ministério do Turismo e Governo Federal nas ações de visibilidade editorial em matérias sobre o turismo nos estados onde a FEBTUR atua.
- Inserção da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal em matérias publicadas espontaneamente em sites, portais e mídias parceiras.

Cota OURO**R\$ 75.000,00****(setenta e cinco mil reais)****CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL**

- Logomarca nos materiais do evento.
- Logomarca nos canais de divulgação online.
- Logomarca no painel de LED do evento.
- Logomarca nos vídeos e documentários produzidos do evento.
- Logomarca no aquário montado para transmissão de entrevistas, podcasts e videocasts com jornalistas da Amazônia e do Brasil.
- Logomarca nos anúncios e posts de divulgação do Congresso na mídia e nas redes sociais.
- Citação do apoio nas matérias produzidas antes e durante o evento, com circulação nacional e no Mercosul.
- Citação nas lives produzidas durante o evento para divulgação nas mídias sociais.
- Participação de 1 representante da empresa ou entidade nas mesas-redondas e debates divulgados nas mídias sociais durante o Congresso.

Cota PRATA**R\$ 50.000,00****(cinquenta mil reais)****CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL**

- Logomarca nos materiais de evento.
- Logomarca em canais de divulgação online.

- Logomarca no painel de LED.
- Logomarca nos vídeos e documentários produzidos do evento.
- Logomarca no aquário montado para transmissão de entrevistas, podcasts e videocasts com jornalistas da Amazônia e do Brasil (5 entrevistas).
- Logomarca nos anúncios e posts de divulgação do Congresso na mídia e nos canais sociais.

Cota BRONZE**R\$ 30.000,00****(trinta mil reais)****CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL**

- Logomarca nos materiais de evento.
- Logomarca em canais de divulgação online.
- Logomarca no painel de LED. Logomarca nos vídeos e documentários

5.10 A cota “RUBI” (R\$ 100.000,00 - cem mil reais) foi considerada, após as devidas negociações, a mais vantajosa para o Ministério do Turismo entre as opções apresentadas. A definição do valor levou em conta a disponibilidade orçamentária, o alinhamento com os objetivos estratégicos do Ministério e com o Plano Nacional do Turismo, bem como as possibilidades de ativação, relacionamento institucional e o potencial de fortalecimento da imagem do Ministério e do Governo Federal.

6. Descrição da solução como um todo

6.1. Em consonância com a proposta de participação apresentada (SEI nº 2521881) o Ministério do Turismo patrocinará o evento por meio da cota RUBI, no valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), que tem por contrapartida os seguintes itens:

CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL**Veiculação de Documentários**

- Produção de dois documentários institucionais: um a ser exibido na abertura e outro ao término do evento.

Vídeos Promocionais para Redes Sociais

- 6 (seis) vídeos de até 30 segundos com trechos da programação, divulgados entre os dias 9 e 15 de junho de 2025, nas redes sociais oficiais do evento.

Materiais Visuais e Promocionais no Espaço do Evento

- Windbanners com logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal na entrada principal do Teatro Estação Gasômetro (quantidade: 4).

- Inserção da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal nos backdrops e no Press Hall do evento.
- Destaque visual da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal em painel de LED no palco e em área da Mostra Bioeconomia Criativa.
- Aplicação da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal em espaço instagramável.

Material do Congressista

- Aplicação da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal em: camisetas, pastas, crachás, bolsas, blocos e demais materiais distribuídos aos participantes inscritos (quantidade padrão: 200 unidades por item).

Revista "Acontece no Turismo"

- Inserção de anúncio institucional do Ministério do Turismo e Governo Federal em edições impressa e digital da revista nos meses de junho e julho.
- Divulgação por meio do portal www.febtur.org.br.

Espaço Institucional

- Concessão de estande exclusivo para o Ministério do Turismo, no formato 2x2x2,8 metros, no local do evento (Estação Gasômetro/Parque da Residência).

Exposição de Marca no Site e em Mídias Digitais

- Logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal destacada em banner no site da FEBTUR.
- Presença da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal na régua de patrocinadores em todos os materiais promocionais e institucionais do evento.

Cobertura Jornalística e Editorial

- Citação do do Ministério do Turismo e Governo Federal como apoiador principal em matérias locais, regionais (Amazônia), nacionais e internacionais.
- Participação de representante do Ministério do Turismo nas mesas-redondas e debates da programação oficial.
- Citação institucional do Ministério do Turismo e Governo Federal nas lives oficiais e nas entrevistas realizadas com o ministro ou representantes da pasta no período de abril a junho de 2025.
- Inclusão do Ministério do Turismo e Governo Federal nas ações de visibilidade editorial em matérias sobre o turismo nos estados onde a FEBTUR atua.
- Inserção da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal em matérias publicadas espontaneamente em sites, portais e mídias parceiras.

CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS/SOCIAIS/ECONÔMICAS

Ambientais:

- Plantio de árvores nativas da Amazônia, autorizado pelas Secretarias de Meio Ambiente e Cultura, no Parque da Residência (local a ser definido), previsto para o dia 11 de junho de 2025.
- Plantio de várias árvores no Parque da Cidade (local previsto para a COP 30, em Belém) pelos congressistas profissionais de comunicação especializada em turismo, em data a ser confirmada, no dia 12 de junho de 2025.

- Programação de experiências no Congresso de Jornalistas e Comunicadores de Turismo focadas em conscientização ambiental, compreensão da vida pautada na sustentabilidade e imersão na Amazônia, com vivências ribeirinhas e sobre cadeias produtivas relacionadas ao turismo sustentável.
- Realização de evento técnico e momentos com base na cultura alimentar local e da floresta.
- Valorização do conhecimento tradicional e milenar para maior compreensão e respeito ao meio ambiente.
- Espaços para debates, painéis, palestras e mesas-redondas abordando temas como sustentabilidade, turismo sustentável, turismo regenerativo, turismo de base comunitária, turismo de experiências, turismo consciente e o papel da comunicação como ferramenta de sustentabilidade e transformação para o turismo.
- Incentivo ao turismo sustentável, inclusivo, integrador, impactante e encantador.
- Destaque ao respeito aos povos originários, com vozes da floresta apresentando a força, importância e conhecimentos desses povos como guardiões da natureza.
- Experiência com comunidades ribeirinhas e seu modo de vida, incluindo iniciativas sustentáveis para a rotina diária, como a troca de matriz energética por energia limpa e a transformação do lixo em gás.
- Prática de manejo correto do lixo produzido localmente, com orientação sobre descarte adequado para os congressistas.
- Redução do uso de papelaria no material promocional do congresso, priorizando produtos reciclados.

Sociais:

- Pautas e temas focados em diversidade e inclusão.
- Parceria com a Universidade Estácio para estágios de universitários dos cursos de Comunicação e Turismo, proporcionando aprendizado prático em eventos de comunicação voltados para turismo sustentável, inclusivo e diverso.

Econômicas:

- Pequena Mostra de Bioeconomia Criativa no Espaço Estação Gasômetro: apresentação para divulgação de iniciativas exitosas por parte de pequenos produtores da floresta, povos originários e quilombolas.
- Disponibilização de 22 espaços para exposição de produtos produzidos e/ou idealizados por profissionais empreendedores, artesãos, talentos da gastronomia criativa, produtos artesanais e certificados.
- Espaço cedido a representantes do turismo de base comunitária ou para aqueles que obtiveram sucesso por meio de práticas positivas em conformidade com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).
- Espaço de comercialização.
- Espaço para networking.
- Espaço para troca de conhecimento.

Acessibilidade:

- Práticas inclusivas durante o evento, como tradução em libras.
- Adequação dos espaços para garantir acessibilidade em toda a programação.

Comunicação antirracista:

- Serão difundidas informações de práticas antirracistas tanto pela equipe do cerimonial ao longo do evento, quanto banners de sinalização trazendo informações sobre a questão. O evento estará alinhado às ações de patrocínio ao Plano de Comunicação pela Igualdade Racial.

6.2 Todas as despesas com a execução do serviço já estão contempladas na proposta encaminhada.

6.3 Caso seja identificado pelo fiscal do evento ou pela área técnica do Ministério do Turismo que os serviços não foram prestados adequadamente e, em virtude da má prestação por parte da CONTRATADA, geraram prejuízo ao atendimento prestado pelo Órgão e/ou convidados e participantes do evento, poderá a CONTRATADA ser glosada parcial ou integralmente.

7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

7.1 Para o atendimento da necessidade, será realizada a aquisição de 1 (uma) Cota Rubi, no valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), conforme apontado no item 5 do presente Estudo.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 100.000,00

8.1 O valor da contratação é de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) conforme Proposta (SEI nº 2521881).

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

9.1 Os contratos administrativos firmados pela administração pública consistem em ajustes para formação de vínculo e estipulação de obrigações recíprocas, tendo como regra geral a necessidade de prévio processo licitatório que garanta ampla competitividade, isonomia e seleção da proposta mais vantajosa para a administração pública, seguindo as prescrições gerais da Lei 14.133/2021, conforme Art. 18, § 1º e inciso VIII .

9.2 O instituto do parcelamento do objeto tem a finalidade de ampliar as vantagens econômicas para a administração pública, na medida que reduz as despesas administrativas, pois a possibilidade de participação do maior número de interessados no objeto, assim, pelo menos em tese, confere a obtenção de melhores ofertas. O parcelamento somente não será justificável quando houver perda de economia de escala, por força de critérios técnicos ou especificidade do objeto em questão.

9.3 No caso do patrocínio a promotora do evento é justificável não aplicar o instituto do parcelamento do objetivo, pela própria natureza do objeto contratado, sob o qual foi apresentada exclusividade de comercialização.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

10.1 Não há no MTur ou não são previstas contratações correlatas e/ou interdependente.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

11.1 O Governo Federal, por meio do Ministério do Turismo, desenvolve em sua política atual ações para o incremento do segmento de turismo de negócios e eventos, que, segundo o MTur, “compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”.

11.2 Nesse contexto, o Ministério do Turismo desempenha um papel fundamental ao participar e apoiar eventos estratégicos, temáticos e geradores de fluxo turístico. Essas iniciativas visam promover a comercialização e a valorização da imagem dos destinos turísticos.

11.3 Além disso, conforme estabelecido no Decreto nº 11.416, de 16 de fevereiro de 2023, cabe ao Departamento de Marketing, Eventos e Expansão Digital:

Art. 17. Departamento de Marketing, Eventos e Expansão Digital compete:

[...]

II - Definir e implementar estratégias para ações de expansão da presença digital do Ministério em redes sociais e em plataformas tecnológicas;

[...]

IV - Realizar, participar, apoiar, captar, fomentar, patrocinar e supervisionar eventos turísticos, institucionais e corporativos de promoção da atividade turística;

[...]

11.4 Dessa forma, a presente contratação está alinhada ao Planejamento Estratégico Institucional do MTur (PEI) 2024-2027, que tem como visão “ser reconhecido como instituição de referência em políticas públicas de turismo sustentável e responsável, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do Brasil e para o seu posicionamento como um dos melhores destinos do mundo”. Esse planejamento inclui, entre seus objetivos estratégicos fortalecer o turismo doméstico e internacional e impulsionar o turismo como vetor econômico.

11.5 Adicionalmente, a presente contratação também se alinha ao Plano Diretor de Logística Sustentável do Ministério do Turismo (PDLS/MTur), que estabelece diretrizes para a adoção de práticas sustentáveis em todas as contratações e operações logísticas da Pasta, integrando aspectos econômicos, sociais e ambientais.

11.6 Embora o PDLS/MTur não contemple diretamente contratos de patrocínio, encontra-se em consonância com a Instrução Normativa MTur nº 04/2021, que prevê a exigência de contrapartidas sociais, econômicas e ambientais nos critérios de seleção e definição de valores de cotas de patrocínio. Assim, esta contratação contribui para os objetivos do Plano ao incentivar projetos que adotem práticas sustentáveis, como redução do impacto ambiental; fomento à inclusão social e geração de benefícios econômicos para a sociedade.

11.7 Além disso, reforça o compromisso do Ministério do Turismo com a governança sustentável e o desenvolvimento responsável das atividades do setor.

12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

12.1 Os órgãos públicos por imperativo legal devem ocupar-se exclusivamente de suas funções institucionais inerentes aos órgãos de governo, sendo que a execução de serviços executivos acessórios deve ser feita por meio da parceria com a iniciativa privada através de contratos administrativos com base no direito público. E considerando que essas contratações em sua maioria requerem despesas com recursos públicos além de atenderem aos princípios da administração pública garantir trazer benefícios mensuráveis aos órgãos.

12.2 Sabe-se que a palavra-chave para a atividade de Eventos é planejamento, pois apenas com a definição de um plano estratégico é possível a implantação de seu projeto e o alcance dos resultados esperados. Considerando a série de etapas pelos organizadores de eventos, sendo elas: concepção, planejamento, realização e avaliação, tem-se o desafio, no âmbito do Poder Público, de estabelecer com a maior aplicabilidade possível as premissas da boa

gestão privada à realidade das unidades técnicas organizacionais. É fato também que as atividades vinculadas à realização de eventos exigem, grande parte das vezes, de alterações, adaptações e correções, sendo fundamental a capacidade do organizador na tomada de decisões.

12.3 A participação do Ministério do Turismo como patrocinador em eventos temáticos do turismo ou que geram fluxo turístico tem o objetivo de divulgar e agregar valor à imagem do País, aumentar a vontade de viajar pelo país dentre os brasileiros, melhorar a qualidade e elevar a competitividade dos eventos e produtos turísticos brasileiros, possibilitando assim o aumento de empregos, de renda e o incremento do fluxo turístico nacional.

12.4 Pelas razões apresentadas acima, o Ministério do Turismo tem interesse em agregar a sua marca a eventos e /ou projetos consolidados e que possam difundir a sua marca junto a do Governo Federal dentre seu público de interesse, o trade turístico, agentes de governo, a imprensa e a sociedade em geral.

12.5 A comunicação realizada pelo MTur, seja por meio de ações próprias e/ou parcerias com outros órgãos e entidades, tem como finalidade divulgar os programas de governo e o conjunto de atividades realizadas, pelo Ministério do Turismo, em prol da sociedade, visando o atendimento da missão, competências e diretrizes governamentais, além de permitir a comunicação dirigida a esses públicos.

13. Providências a serem Adotadas

13.1 Não se vislumbram providências prévias a serem adotadas para a presente contratação.

14. Possíveis Impactos Ambientais

14.1 A CONTRATADA deve se comprometer a realizar contrapartidas Social, Econômica e Ambiental, conforme proposta enviada e acordada entre as partes:

Ambientais:

- Plantio de árvores nativas da Amazônia, autorizado pelas Secretarias de Meio Ambiente e Cultura, no Parque da Residência (local a ser definido), previsto para o dia 11 de junho de 2025.
- Plantio de várias árvores no Parque da Cidade (local previsto para a COP 30, em Belém) pelos congressistas profissionais de comunicação especializada em turismo, em data a ser confirmada, no dia 12 de junho de 2025.
- Programação de experiências no Congresso de Jornalistas e Comunicadores de Turismo focadas em conscientização ambiental, compreensão da vida pautada na sustentabilidade e imersão na Amazônia, com vivências ribeirinhas e sobre cadeias produtivas relacionadas ao turismo sustentável.
- Realização de evento técnico e momentos com base na cultura alimentar local e da floresta.
- Valorização do conhecimento tradicional e milenar para maior compreensão e respeito ao meio ambiente.
- Espaços para debates, painéis, palestras e mesas-redondas abordando temas como sustentabilidade, turismo sustentável, turismo regenerativo, turismo de base comunitária, turismo de experiências, turismo consciente e o papel da comunicação como ferramenta de sustentabilidade e transformação para o turismo.
- Incentivo ao turismo sustentável, inclusivo, integrador, impactante e encantador.
- Destaque ao respeito aos povos originários, com vozes da floresta apresentando a força, importância e conhecimentos desses povos como guardiões da natureza.
- Experiência com comunidades ribeirinhas e seu modo de vida, incluindo iniciativas sustentáveis para a rotina diária, como a troca de matriz energética por energia limpa e a transformação do lixo em gás.
- Prática de manejo correto do lixo produzido localmente, com orientação sobre descarte adequado para os congressistas.

- Redução do uso de papelaria no material promocional do congresso, priorizando produtos reciclados.

Sociais:

- Pautas e temas focados em diversidade e inclusão.
- Parceria com a Universidade Estácio para estágios de universitários dos cursos de Comunicação e Turismo, proporcionando aprendizado prático em eventos de comunicação voltados para turismo sustentável, inclusivo e diverso.

Econômicas:

- Pequena Mostra de Bioeconomia Criativa no Espaço Estação Gasômetro: apresentação para divulgação de iniciativas exitosas por parte de pequenos produtores da floresta, povos originários e quilombolas.
- Disponibilização de 22 espaços para exposição de produtos produzidos e/ou idealizados por profissionais empreendedores, artesãos, talentos da gastronomia criativa, produtos artesanais e certificados.
- Espaço cedido a representantes do turismo de base comunitária ou para aqueles que obtiveram sucesso por meio de práticas positivas em conformidade com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).
- Espaço de comercialização.
- Espaço para networking.
- Espaço para troca de conhecimento.

Acessibilidade:

- Práticas inclusivas durante o evento, como tradução em libras.
- Adequação dos espaços para garantir acessibilidade em toda a programação.

Comunicação antirracista:

- Serão difundidas informações de práticas antirracistas tanto pela equipe do cerimonial ao longo do evento, quanto banners de sinalização trazendo informações sobre a questão. O evento estará alinhado às ações de patrocínio ao Plano de Comunicação pela Igualdade Racial.

14.2 Com vistas à prevenção de impactos ambientais possíveis, a contratada deverá seguir as recomendações constantes do Guia Nacional de Licitações Sustentáveis, especialmente no que tange às aquisições e locações de produtos cuja fabricação ou industrialização envolvam atividades potencialmente poluidoras ou utilizadoras de recursos ambientais.

14.3 Citam-se exemplificativamente as seguintes categorias de fabricantes (Anexo I da INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 13, DE 23 DE AGOSTO DE 2021):

- Estruturas de madeira e de móveis
- Veículos rodoviários e ferroviários, peças e acessórios
- Aparelhos elétricos e eletrodomésticos
- Material elétrico, eletrônico e equipamentos para telecomunicação e informática
- Pilhas e baterias
- Papel e papelão
- Preparados para limpeza e polimento, desinfetantes, inseticidas, germicidas e fungicidas

- Sabões, detergentes e velas
- Tintas, esmaltes, lacas, vernizes, impermeabilizantes, solventes e secantes
- Etc.

15. Declaração de Viabilidade

Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação.

15.1. Justificativa da Viabilidade

Avaliando os benefícios esperados com a contratação, é fato que a participação no evento está em consonância com os objetivos estratégicos do Ministério do Turismo e com a competência da área demandante, e que os resultados da participação serão positivos para a imagem do Ministério do Turismo, para a promoção dos destinos turísticos nacionais, bem como para a divulgação dos programas e ações da pasta.

16. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

LUCAS MAGALHAES LOPES

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 03/06/2025 às 16:00:07.

MARIA FERNANDA MASCARENHAS DOS SANTOS MELIS

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 03/06/2025 às 18:37:53.

TATIANA FERNANDES DA SILVA

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 03/06/2025 às 11:35:08.

