



GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA



GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Objetivo/Missão

- **Integrantes**

MinC, MTur, ME, Embratur, MRE, APEX, APO

- **Objetivo Geral**

Coordenar, planejar e executar ações, projetos e programas relacionados à cultura, turismo e imagem do Brasil, em diálogo com as ações promovidas pelas outras partes envolvidas no processo Olímpico e Paralímpico, garantindo sua conformidade com a visão estratégica e com o prazo, custo e qualidade exigidos para a realização dos Jogos Rio2016™.



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Objetivo/Missão

- Objetivos Específicos

1. **Branding/Imagem:** Estabelecer uma estratégia articulada de *branding* do Brasil no mundo, potencializada pela agenda olímpica e paralímpica, considerando a funcionalidade do País (aspectos tangíveis) e o seu valor agregado (cultura, turismo, negócios, esportes, entre outros).
2. **Mercado:** Revelar os Jogos Olímpicos e Paralímpicos como uma plataforma de negócios, posicionando a cultura, o turismo e os eventos esportivos na agenda econômica do país, como geradores de empregos, divisas e renda.



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Objetivo/Missão

3. **Infraestrutura e serviços:** Assegurar, por meio de acompanhamento, monitoramento e diálogo permanente, que a cidade do Rio de Janeiro e as cidades do futebol ofereçam serviços e infraestrutura adequados para a promoção da melhor jornada possível.
4. **Posicionamento de Governo:** Posicionar o Governo Federal estrategicamente em âmbito nacional e internacional, garantindo seus interesses durante o planejamento, a organização, a realização e o período pós-evento, com atenção especial às Cerimônias dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos.



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Planejamento

- **Diretrizes do Plano Operacional**

1) *Branding/Imagem*

- ✓ **Promoção:** associação da promoção do Brasil às manifestações culturais mais representativas (gastronomia, música, audiovisual, dança e artesanato), a partir dos valores da diversidade cultural, da qualidade estética das artes brasileiras e do caráter agregador de nossa cultura, como ferramentas de fortalecimento da imagem país como destino turístico de experiência e de singularidade;
- ✓ **Eventos para público final:** ações dirigidas ao público final, objetivando o interesse pelo destino Brasil como sede da realização dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016;



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Planejamento

- ✓ **Atividades com atletas:** participação de atletas olímpicos e paralímpicos nos eventos promocionais do Brasil; e
- ✓ **Ações Concomitantes aos Eventos Teste e Tocha Olímpica:** ações de relacionamento com a imprensa internacional especializada e formadores de opinião, a partir de julho de 2015.

2) Mercado

- ✓ **Rodada de Negócios:** eventos com empreendedores visando estimular a formação de parcerias e a geração de negócios; e
- ✓ **Encontros** do segmento *MICE – Meetings, Incentives, Conferencing and Exhibitions*: destaque da capacidade e competência do Brasil como organizador e realizador de eventos internacionais.



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Planejamento

3) Infraestrutura e serviços

- ✓ **Capacitação:** habilitação da cadeia produtiva e de serviços para realização das Olimpíadas e Paralímpíadas com primazia;
- ✓ Apresentação da **infraestrutura** do Brasil e seus equipamentos para a realização de eventos;
- ✓ Definição estratégica do uso dos **espaços e equipamentos culturais** no período de abril a outubro de 2016; e
- ✓ Acompanhar o planejamento estratégico, tático e operacional dos serviços e ações relacionadas à cultura e ao turismo, considerando a integração entre os parceiros, identificação de oportunidades e riscos, prazos, custos e responsabilidades.



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Planejamento

4) Posicionamento de Governo

- ✓ **Ação de Relacionamento:** interlocução com os demais órgãos envolvidos na preparação e realização das Olimpíadas e Paralimpíadas;
- ✓ **Organização** de atribuições, cronogramas e ações dos diferentes atores que contribuirão para o programa de cultura, turismo e imagem do Brasil, das Olimpíadas e Paralimpíadas; e
- ✓ **Alinhar discursos e mensagens** divulgadas, individual ou coletivamente, por porta-vozes das instituições participantes de cada um dos 3 níveis de governo.



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Planejamento

- Ações a serem desenvolvidas

1) Imagem/*Branding*

- ✓ Estabelecer uma estratégia articulada de *branding* do Brasil no mundo, potencializada pela agenda olímpica e paralímpica, em especial nos locais de Revezamento da Tocha e no período dos Jogos Rio2016™;
- ✓ Ações de relacionamento com a imprensa internacional especializada e formadores de opinião, durante a realização de Eventos Testes;
- ✓ Aproveitamento dos eventos internacionais em que Brasil terá participação (15 feiras de turismo, 11 feiras literárias, entre outros mais de cem eventos planejados);



Ministério do
Esporte



GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Planejamento

- ✓ Ampliação da agenda de eventos de promoção cultural no exterior (nos Centros Culturais Brasileiros, na Embaixadas e Consulados, nas Universidades Estrangeiras, etc);
- ✓ Produção de um vídeo sobre o país sede dos Jogos Rio2016™, que promova os potenciais turísticos, a diversidade e o patrimônio cultural brasileiro;
- ✓ Ampliação da produção, da oferta e divulgação de material informativo e promocional; cultural e turístico; e
- ✓ Organização de visitas ao Brasil de jornalistas, artistas, personalidades e acadêmicos estrangeiros.



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Planejamento

2) Mercado

- ✓ Realizar pesquisa para identificar demanda turística doméstica e internacional e pesquisa com imprensa internacional; e
- ✓ Realizar eventos próprios em países indicados através de levantamento e análise de variáveis turísticas, olímpicas e paralímpicas (Alemanha, Argentina, Canadá, Chile, Colômbia, EUA, Inglaterra, Rússia, China).

3) Infraestrutura e Serviços

- ✓ Formação de mão de obra especializada.



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Planejamento

4) Posicionamento de Governo

- ✓ Integrar agendas de eventos de promoção entre os entes públicos: MTur, EMBRATUR, TurisRio e RioTur.



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Planejamento

• Demais atores envolvidos

1. Setor Olímpico:

- a) Casa Civil - Governo do Estado do Rio de Janeiro;
- b) Comitê Organizador Rio 2016™; e
- c) Empresa Olímpica Municipal – EOM.

2. Atores Governamentais

- a) Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC;
- b) Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação – MCTI;
- c) Ministério do Esporte – ME;
- d) Embaixadas, Consulados e Missões do Brasil no Exterior;



Ministério do
Esporte



GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Planejamento

- e) Secretaria de Estado de Turismo do Rio de Janeiro - SETur;
- f) Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro – TURISRIO;
- g) Secretaria Especial de Turismo da Cidade do Rio de Janeiro – SeTur;
- h) Empresa de Turismo da Cidade do Rio de Janeiro – RIOTUR; e
- i) Universidades Federais e Estaduais.

3. Atores Para-governamentais:

- a) SEBRAE;
- b) EBC;
- c) SESI; e
- d) FINEP.

4. Atores Privados/Independentes:

- a) Institutos Culturais Estrangeiros (Aliança Francesa, Instituto Goethe, Instituto Cervantes, etc);



Ministério do
Esporte



GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Planejamento

- b) Redes e grupos culturais;
- c) Instituições culturais;
- d) Centros Culturais Brasileiros;
- e) Rede de Leitorados no Exterior;
- f) Universidades estrangeiras; e
- g) Instituições com capacidade técnica na área do Turismo.

5. Entidades de classe do segmento de turismo:

- a) Associação Brasileira de Agentes de Viagens (ABAV);
- b) Associação Brasileira de Operadoras de Turismo (Braztoa);
- c) Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA); e
- d) FOHB – Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil.



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

Planejamento

- **Entregas acordadas no Geolimpíadas - Produtos estruturados e cronogramas definidos**

1. Acompanhamento da execução das 4 Grandes Cerimônias:

- ✓ Abertura dos Jogos Olímpicos Rio 2016™;
- ✓ Encerramento dos Jogos Olímpicos Rio 2016™;
- ✓ Abertura dos Jogos Paralímpicos Rio 2016™; e
- ✓ Encerramento dos Jogos Paralímpicos Rio 2016™.



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

Próximos Passos

- ✓ Pactuar os princípios e valores que guiarão as ações de cultura, turismo e imagem do Brasil no âmbito do GEOLimpíadas;
- ✓ Definir cronograma detalhado de ações desde os Eventos-Teste até as Paralimpíadas;
- ✓ Organizar e harmonizar as atribuições, cronogramas e ações dos diferentes atores que contribuirão para o programa de cultura, turismo e imagem do Brasil das Olimpíadas e Paralimpíadas;
- ✓ Articular patrocinadores e apoiadores para viabilização das ações;
- ✓ Selecionar, dentre os editais e/ou programas, aqueles que possibilitam escolhas de projetos para o programa de cultura dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos;



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

Próximos Passos

- ✓ Ampliar as parcerias que viabilizem a consecução dos objetivos relacionados à cultura, turismo e imagem do Brasil;
- ✓ Identificar ativos e oportunidades ligadas aos ministérios e órgãos envolvidos no GT; e
- ✓ Definição de atividades conjuntas a partir da integração dos ativos e atores identificados.



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

Calendário de Ações - GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil

				2015												2016											
				1ª fase			2ª fase								3ª fase					4ª fase							
Ação				MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ				
1ª fase	Definição do conceito/narrativa/branding																										
	Fechamento dos materiais promocionais																										
	Fechamento das propostas dos eventos-teste																										
	Publicação dos materiais																										
	Jogos Pan-Americanos de 2015 (10 a 26.07.2015)																										
	Jogos Parapan-Americanos de 2015 (07 a 15.08.2015)																										
2ª fase	Evento 1 ano para o início dos Jogos Rio 2016																										
	Ações durante os eventos-teste (detalhamento abaixo)																										
	Ações nas Embaixadas Brasileiras no Exterior (telão de transmissão dos eventos-teste)																										
	Planejamento da fase intensiva																										
3ª fase	Evento 90 ou 100 dias para o início dos Jogos Rio 2016 (lançamento de app com quiz, jogos, etc)														100	90											
	Circuito Cidades da Tocha																										
	Ação de 30 dias para o início dos Jogos Rio 2016 (06.07.2016)																	30									
	Início dos Jogos Olímpicos Rio 2016 (05.08.2016)																										
	Início dos Jogos Paralímpicos Rio 2016 (07.09.2016)																										
4ª fase	Ações pós Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016																										

OBS: 100 dias: 24.04.2016 / 90 dias: 07.05.2016

Legenda:

05.08.2015: 1 ano para o início dos Jogos Olímpicos Rio 2016
05.07.2016: 1 mês para o início dos Jogos Olímpicos Rio 2016
De 05 a 21.08.2016: período de realização dos Jogos Olímpicos Rio 2016
De 07 a 18.09.2016: período de realização dos Jogos Paralímpicos Rio 2016
30.09.2016: início do período pós Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016
1ª fase (maio a 04.08.2015): preparação das ações do GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil e produção do material promocional emergencial
2ª fase (05.08.2015 a maio de 2016): período de execução das ações do GT de pré-promoção Brasil e promoção dos Jogos
3ª fase (maio a setembro de 2016): período de intensificação das ações do GT e execução de ações mais individuais/específicas dos entes do GT
4ª fase (a partir de outubro de 2016): pós Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016
Data/ período da ação



Ministério do
Esporte



Legenda:

	05.08.2015: 1 ano para o início dos Jogos Olímpicos Rio 2016
	05.07.2016: 1 mês para o início dos Jogos Olímpicos Rio 2016
	De 05 a 21.08.2016: período de realização dos Jogos Olímpicos Rio 2016
	De 07 a 18.09.2016: período de realização dos Jogos Paralímpicos Rio 2016
	30.09.2016: início do período pós Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016
	1ª fase (maio a 04.08.2015): preparação das ações do GT Cultura, Turismo e Imagem do Brasil e produção do material promocional emergencial
	2ª fase (05.08.2015 a maio de 2016): período de execução das ações do GT de pré-promoção Brasil e promoção dos Jogos
	3ª fase (maio a setembro de 2016): período de intensificação das ações do GT e execução de ações mais individuais/específicas dos entes dos GT
	4ª fase (a partir de outubro de 2016): pós Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016
	Data/ período da ação



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Detalhamento dos eventos-teste:

1. **Finais da Liga Mundial de Vôlei (14-19 Jul - Maracanãzinho):** é a fase final da maior competição anual de vôlei masculino, em nível mundial, com transmissão para diversos países. Porém, como está sendo organizada pela CBV/FIVB, eventuais contatos para exposição de marca teriam de ser fechados diretamente com a confederação de vôlei.

2. **Campeonato Mundial Junior de Remo (5-9 Ago – Lagoa):** além de ser um campeonato mundial, é um dos 4 Majors entre os eventos-teste, tem presença de público e ainda marca a comemoração de 1 ano para os Jogos. Por tudo isso, é visto como um dos principais eventos para divulgação da marca.

3. **Etapa do Circuito Mundial de Vôlei de Praia (1-6 Set – Copacabana):** embora não seja um dos principais eventos para o comitê Rio2016 (assim como a Liga, é organizada por FIVB/CBV), é uma etapa do circuito mundial e conta com o visual da praia de Copacabana, podendo se converter numa boa oportunidade.

4. **Saltos Ornamentais (9-24 Feb – Maria Lenk):** além de ser um dos 4 eventos-teste Majors, será uma das etapas da Copa do Mundo de saltos ornamentais, convertendo-se por isso numa potencial oportunidade de divulgação.

5. **Ginástica Olímpica (16-24 Abr – Barra):** além de ser um dos 4 eventos-teste Majors, será o principal qualificatório para os Jogos, o que deve aumentar bastante o interesse internacional. Estima-se um público de até 12 mil pessoas nas finais e transmissões para diversos países.

6. **Atletismo (13-15 Mai – Estádio Olímpico):** será o campeonato ibero-americano, com presença de público e transmissão internacional. A proximidade dos Jogos deve converter esse evento num grande chamariz para a mídia internacional. Na sequência, entre os dias 17 e 21 de maio, ocorrerá um aberto internacional de atletismo paraolímpico, que poderá aproveitar a estrutura de divulgação já organizada.

7. **Polo-aquático (18-22 Nov - Maracanã):** Aquece Rio Torneio Internacional de Pólo Aquático

8. **Rugby (5-6 Mar - Estádio de Deodoro):** Aquece Rio Campeonato Internacional de Rugby em Cadeira de Rodas

9. **Tênis de mesa (18-21 Nov - Barra):** Aquece Rio Torneio Internacional de Tênis de Mesa

10. **Basquetebol (15-17 Jan - Baara):** Aquece Rio Torneio Internacional Feminino de Basquetebol

11. **Natação Paralímpica (19-23 Abril - Barra):** Aberto Internacional de Natação

12. **Atletismo Paralímpico (17-21 Mai - Maracanã):** Aberto Internacional de Atletismo



Ministério do
Esporte

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA