

EMENDA Nº - CMMPV 1207/2024  
(à MPV 1207/2024)

Dê-se nova redação à Medida Provisória nos termos dos itens 1 e 2 a seguir.

**Item 1** – Acrescentem-se §§ 2º e 3º ao art. 5º; e dê-se nova redação ao *caput* do § 2º-A do art. 11, todos da Lei nº 14.002, de 22 de maio de 2020, na forma proposta pelo art. 1º da Medida Provisória, nos termos a seguir:

“Art. 5º .....  
.....

§ 2º Nas ações de promoção turística internacional, a Embratur realizará, sempre que possível, a divulgação das marcas turísticas dos principais destinos estaduais.

§ 3º A Embratur fica autorizada a apoiar a participação dos Estados em eventos relacionados com a promoção turística e comercialização da oferta turística brasileira no exterior.” (NR)

“Art. 11. ....  
.....

§ 2º-A. Antes da celebração, o contrato de gestão será previamente submetido aos Estados, para que, no prazo de 30 (trinta) dias, possam prestar as suas contribuições e recomendações, como forma de integração da política pública de promoção do turismo entre os entes federativos.

.....” (NR)

**Item 2** – Dê-se nova redação ao inciso III do *caput* do art. 8º da Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, na forma proposta pelo art. 2º da Medida Provisória, nos termos a seguir:

“Art. 8º .....  
.....

III – fica reconhecida a utilidade pública do Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo, entidade nacional à qual poderão



ser repassadas contribuições ou subvenções para o desempenho de suas funções e competências estatutárias.

.....” (NR)

## JUSTIFICAÇÃO

Embora o Brasil seja um país reconhecidamente hospitaleiro e acolhedor, e que desperta *de per si*, por seus múltiplos atrativos, o interesse dos turistas vindos do exterior, é preciso reconhecer que o incremento do fluxo turístico não só se deve à capacidade de boa promoção turística como também ao destaque que se confere aos destinos turísticos.

Estes, por sua vez, apresentam características próprias e singulares nesse país-continente, as quais, em termos de divulgação e posicionamento no mercado turístico, são evidenciadas por suas “marcas”, a demandar e merecer o devido destaque nas ocasiões em que se busca projetar para fora os nossos fatores de atração.

Com o intuito colaborativo de qualificar ainda mais a promoção do turismo internacional é que apresentamos, nesta oportunidade, a presente emenda, que tem por objeto a) a divulgação das marcas turísticas dos principais destinos estaduais; b) o apoio financeiro a ser ofertado pela Embratur para estimular os Estados a participar das atividades de promoção turística no exterior; c) a possibilidade de os Estados colaborarem, a título sugestivo, na elaboração do contrato de gestão a ser celebrado entre o Poder Executivo federal e a Embratur; d) o reconhecimento da utilidade pública do Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo, com o fim de permitir que referida entidade seja beneficiária de transferência de recursos.

Nesse último ponto, não posso deixar de reconhecer tratar-se, o FORNATUR, de entidade de cunho nacional que, reunindo os secretários e gestores envolvidos na condução das políticas públicas do Turismo, tem prestado relevantes trabalhos para este Setor e, ao compor o Sistema Nacional do Turismo, para ser levado realmente a sério e concretizar ainda mais e melhores



contribuições, necessita de fonte de custeio, a qual entendemos poder, no caso, ser realizada mediante subvenções ou contribuições.

Daí as razões que me levam a pedir aos meus nobres pares seja acatada a presente Emenda.

Sala da comissão, 5 de março de 2024.

