



**Prefeitura de Goiânia**  
Agência Municipal de Turismo e Eventos  
Diretoria de Promoção e Incentivo ao Turismo

## RELATÓRIO

### **RELATÓRIO DE METODOLOGIA DE ANÁLISE E PRÉ-SELEÇÃO DE CANDIDATOS** **Chamamento Público para Influenciadores Digitais – Promoção Turística durante o MotoGP em Goiânia**

Este relatório apresenta, de forma sintética, a metodologia adotada para a conferência documental e a pré-seleção de candidatos inscritos no chamamento público para influenciadores digitais que atuarão na promoção turística durante o Grande Prêmio do Brasil de MotoGP em Goiânia.

Inicialmente foram registradas **225 inscrições** no processo. Na etapa preliminar de verificação, **5 inscrições foram excluídas** por terem sido realizadas fora do prazo estabelecido no edital, resultando em **220 inscrições válidas** para análise.

#### **1. Conferência da Documentação**

Na primeira etapa foi realizada a análise da documentação apresentada pelos candidatos, verificando se todos os documentos exigidos no edital haviam sido enviados, bem como sua validade, legibilidade e presença das assinaturas necessárias.

Como resultado dessa etapa, **147 candidatos foram desclassificados** por apresentarem documentação incompleta ou sem as assinaturas obrigatórias. Dessa forma, **73 candidatos foram considerados habilitados** para a etapa seguinte.

#### **2. Verificação das Redes Sociais e Evidência de Engajamento**

Na segunda etapa foram analisados os perfis de redes sociais informados pelos candidatos no ato da inscrição. A verificação teve como objetivo confirmar a existência dos perfis, a regularidade das publicações e a presença de indicadores de engajamento do público, como curtidas, comentários e compartilhamentos.

Após essa análise, **44 candidatos apresentaram evidências de engajamento** consideradas compatíveis com a atuação como influenciador digital, sendo classificados para a etapa final.

#### **3. Análise de Compatibilidade com Promoção Turística**

Na última etapa foi realizada uma análise qualitativa dos perfis digitais, considerando o tipo de conteúdo produzido, a afinidade temática com turismo, cultura, gastronomia, experiências urbanas e a compatibilidade com ações de promoção turística.

Ao final dessa etapa, **24 influenciadores foram classificados**, por apresentarem perfis alinhados aos objetivos de divulgação turística da cidade durante o evento.

#### **4. Resultado Final**

A partir das etapas descritas, o processo resultou na **pré-seleção de 24 influenciadores digitais**, considerados aptos para atuar em ações de divulgação turística de Goiânia durante o Grande Prêmio do Brasil de MotoGP.

Este é o relatório.

Goiânia, 09 de março de 2026.



Documento assinado eletronicamente por **Mercia Caroline Otto de Morais, Analista em Cultura e Desportos**, em 09/03/2026, às 11:09, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



Documento assinado eletronicamente por **Kiara Karizy Gimarães de Melo, Analista em Cultura e Desportos**, em 09/03/2026, às 11:11, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



Documento assinado eletronicamente por **Renato Araujo Isaac, Analista em Cultura e Desportos**, em 09/03/2026, às 11:14, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



Documento assinado eletronicamente por **Narcia Kelly Alves da Silva, Presidente da Agência Municipal de Turismo e Eventos**, em 09/03/2026, às 12:03, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://www.goiania.go.gov.br/sei> informando o código verificador **9558918** e o código CRC **F104A998**.

Avenida do Contorno, nº 788 -  
- Bairro Setor Central  
CEP 74055-140 Goiânia-GO