

SECRET. POLIT. DE TURISMO - SPT/MTUR

Estudo Técnico Preliminar 40/2025

1. Informações Básicas

Número do processo: 72031.006767/2025-52

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 **Círio de Nazaré 2025** é a maior manifestação cultural, religiosa e turística do Brasil, reconhecida como Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade pela UNESCO (2015) e pelo IPHAN (2004). Realizado anualmente em Belém do Pará desde 1793, o evento reúne procissões, celebrações litúrgicas, atividades culturais, ações sociais e ambientais, atraindo milhões de fiéis e turistas do mundo inteiro.

2.11 O evento é celebrado anualmente no segundo domingo de outubro e mobiliza milhões de devotos e visitantes ao longo de um mês de intensa programação. Contempla 14 (quatorze) romarias oficiais, além de missas, vigílias, eventos culturais e ações sociais e ambientais que envolvem toda a cidade de Belém. Em 2025, o tema escolhido é “Maria, Mãe e Rainha de toda a criação”, reforçando o caráter espiritual e simbólico da celebração.

2.12 A iniciativa visa apresentar a riqueza da cultura brasileira por meio da religiosidade popular, da tradição mariana e da valorização da diversidade regional. O evento destaca o protagonismo da Amazônia na construção de narrativas culturais e turísticas, promovendo práticas sustentáveis, inclusão social e comunicação antirracista. A programação é gratuita e acessível, com estrutura adaptada para pessoas com deficiência, intérpretes de LIBRAS, audiodescrição e sinalização inclusiva.

2.13 O Círio é reconhecido como a principal porta de entrada do turismo no Pará. A cada edição, atrai milhares de visitantes que, além de participar da festividade religiosa, estendem sua permanência para conhecer outros destinos turísticos do estado, como Marajó (turismo rural, ecoturismo e sol e praia) e as ilhas amazônicas (turismo de natureza e fluvial). Esse movimento amplia o fluxo turístico e o tempo de permanência, diversificando os impactos econômicos em diferentes segmentos e regiões do Pará.

2.14 A festividade busca evidenciar a pluralidade do Brasil, mobiliza mais de 26 mil voluntários, envolve comunidades locais, instituições religiosas, agentes culturais e empreendedores, promovendo integração entre fé, cultura, economia criativa e turismo sustentável.

2.15 A festividade tem como objetivos específicos:

- **Promover o Turismo Cultural e Religioso:** Valorizar o patrimônio imaterial brasileiro e posicionar Belém como destino estratégico para o turismo nacional e internacional.
- **Fomentar a Economia Criativa:** Estimular a produção cultural, o artesanato, a gastronomia regional e o empreendedorismo local, integrando o turismo à cadeia produtiva.
- **Fortalecer a Imagem Institucional do Brasil:** Associar o Governo Federal a uma celebração de alto impacto, com ampla visibilidade espontânea e institucional.
- **Promover a Sustentabilidade e a Inclusão:** Implementar ações ambientais, sociais e comunicacionais que reforcem os princípios de cidadania, diversidade e responsabilidade social.

2.16 O evento será realizado em diversos espaços públicos e religiosos de Belém, com destaque para a Basílica Santuário de Nazaré, Praça Santuário, Museu Memória de Nazaré, Arraial de Nazaré e o circuito das romarias.

2.17 Como destaques da programação, evidenciam-se as romarias oficiais, que traduzem a manifestação da fé popular em diferentes formas de devoção e deslocamento, e o Arraial de Nazaré, espaço tradicional que reúne gastronomia amazônica, brinquedos, feira de artesanato e apresentações culturais, configurando-se como ponto de convergência entre religiosidade, lazer e identidade regional.

2.18 Atividades programadas:

- 14 romarias oficiais (Rodoviária, Fluvial, Moto Romaria, Juventude, Crianças, Corredores, Acessibilidade, entre outras)
- Missas e vigílias na Basílica Santuário
- Programação cultural e musical (Círio Musical, shows e apresentações na Praça Santuário)
- Atividades de evangelização e ações sociais junto às comunidades
- Seminários, exposições e ações de turismo religioso
- Arraial de Nazaré com gastronomia, brinquedos e feira de artesanato

2.19 Para 2025, estima-se a participação de mais de 6 milhões de pessoas ao longo de todo o ciclo e aproximadamente 2,5 milhões de fiéis nas ruas de Belém no domingo da grande procissão do Círio, além de mais de 20 milhões de impactos em redes sociais, transmissões de televisão e rádios locais e nacionais. O evento será realizado de 07 a 25 de outubro de 2025, com a seguinte programação:

07 de outubro (terça-feira) – Abertura Oficial e Show na Praça

- 18h: Missa de Abertura na Basílica Santuário.

- 19h: Cerimônia de abertura na Casa de Plácido, com show na Praça Santuário.
- A solenidade marca o início da Quinzena Nazarena, com apresentações musicais e momentos de oração em estrutura montada na praça.

08 de outubro (quarta-feira) – Procissão do Traslado dos Carros (1ª Romaria)

- 20h: Traslado dos Carros, instituído como romaria oficial em 2019.
- Os Carros de Promessa – como o Carro de Plácido, barcas e alegorias devocionais – são deslocados da Basílica Santuário ao galpão da Companhia Docas (Parque Urbano Belém Porto Futuro), ficando prontos para a procissão principal.

09 de outubro (quinta-feira) – Missa de Apresentação do Manto

- 18h: Missa de Apresentação do Manto na Basílica Santuário.
- O rito revela o manto que revestirá a imagem peregrina nas romarias, símbolo de proteção e devoção mariana.
- Costuma haver programação musical na Praça Santuário após a celebração.

10 de outubro (sexta-feira) – Missa do Traslado e Traslado Ananindeua/Marituba (2ª Romaria)

- 7h: Missa do Traslado no altar da Basílica.
- 8h: Início do Traslado para Ananindeua e Marituba (aprox. 47 km), com paradas devocionais ao longo do percurso, incluindo homenagem em frente ao Hospital Ophir Loyola.
- A tradição remonta à década de 1990.

11 de outubro (sábado) – Romarias Rodoviária (3ª), Fluvial (4ª), Moto Romaria (5ª); Descida da Imagem e Trasladação (6ª)

- **Romaria Rodoviária:** 5h30, da Igreja Matriz de Ananindeua até a orla de Icoaraci (aprox. 24 km).
- **Romaria Fluvial:** 9h, procissão pela Baía do Guajará (aprox. 18 km), com embarcação principal conduzindo a imagem e dezenas de barcos acompanhantes. Chegada com honras oficiais na orla.
- **Moto Romaria:** 11h30, escolta de motociclistas da escadinha do Cais do Porto (Praça Pedro Teixeira) ao Colégio Gentil Bittencourt (aprox. 2,6 km).
- **Descida da Imagem:** por volta de 12h30, rito na Basílica Santuário que retira a imagem original do nicho e a coloca na berlinda.
- **Missa da Trasladação e Trasladação (6ª Romaria):** 16h30, Missa no Colégio Gentil; 17h30, romaria da luz conduz a imagem até a Catedral de Belém, em trajeto histórico remontando ao século XVIII.

12 de outubro (domingo) – Missa do Círio e Procissão do Círio (7ª Romaria)

- 6h: Missa do Círio na Catedral Metropolitana.
- 7h: Procissão do Círio (aprox. 3,6 km), da Catedral à Praça Santuário.
- Multidões acompanham a berlinda; a corda – de grande valor simbólico – expressa união e promessa dos fiéis ao longo do percurso.

18 de outubro (sábado) – Ciclo Romaria (8ª) e Romaria da Juventude (9ª)

- **Ciclo Romaria:** 8h, cortejo ciclístico com trajetos definidos anualmente, saindo da Praça Santuário; ao final, seleção de bicicletas criativas.

- **Romaria da Juventude:** 16h, mobiliza jovens de paróquias da Arquidiocese, com trio elétrico, encerrando com missa e apresentações na Praça Santuário.

19 de outubro (domingo) – Missa e Romaria das Crianças (10ª)

- 7h: Missa na Praça Santuário.
- 8h: Romaria das Crianças, com presença da berlinda e dos Carros dos Anjos, corais e bandas mirins, incentivando a devoção entre os pequenos.

25 de outubro (sábado) – Romaria dos Corredores (11ª) e Romaria da Acessibilidade (12ª)

- **Romaria dos Corredores:** 5h30, percurso de aprox. 8 km, saída e chegada na Praça Santuário; caráter não competitivo.
- **Romaria da Acessibilidade:** 8h, trajeto de aprox. 1,45 km ao redor da Praça Santuário, garantindo participação segura e confortável a pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.

26 de outubro (domingo) – Missa e Procissão da Festa (13ª); Missa e Espetáculo de Encerramento

- 7h: Missa da Procissão da Festa.
- 8h: Procissão da Festa (tradição do século XIX), com trajeto variável.
- 18h: Missa de Encerramento do Círio na Basílica.
- 19h: Cerimônia de encerramento na Casa de Plácido.
- 21h45: Espetáculo de Encerramento na Praça Santuário.

27 de outubro (segunda-feira) – Subida da Imagem; Missa do Recírio; Recírio (14ª Romaria); Coletiva Final

- 6h30: Subida da Imagem ao nicho da Basílica.
- 7h: Missa do Recírio.
- 8h: Recírio (romaria de encerramento oficial, tradição desde o século XIX), conduzindo a imagem à Capela do Colégio Gentil Bittencourt.
- 10h: Coletiva Final, com apresentação de resultados e agradecimentos.

28 de outubro (terça-feira) – Coquetel com a Imprensa

- 19h: Casa de Plácido, confraternização com jornalistas e comunicadores que acompanharam a cobertura.

30 de outubro (quinta-feira) – Coquetel com Apoiadores e Colaboradores

- 19h: Casa de Plácido, homenagem a patrocinadores, voluntários e colaboradores envolvidos na realização da festividade.

2.20 A realização do Círio de Nazaré está diretamente alinhada aos princípios e diretrizes estabelecidos pelo **PNT - Plano Nacional de Turismo 2023–2027**, ao valorizar a cultura regional, fortalecer a identidade amazônica, promover a diversidade cultural brasileira, estimular o turismo religioso, favorecer a integração regional e impulsionar o desenvolvimento socioeconômico de maneira sustentável.

2.21 A iniciativa dialoga com os objetivos do PNT de fortalecer a economia criativa como vetor de desenvolvimento turístico. O Círio gera oportunidades de circulação cultural, parcerias institucionais, ativação de redes locais e nacionais, e integração do turismo

religioso à cadeia produtiva. Dessa forma, contribui para dinamizar a economia, valorizar a produção cultural amazônica e ampliar sua visibilidade em circuitos nacionais e internacionais.

2.22 Cabe ressaltar que o projeto reforça as diretrizes voltadas à promoção da imagem do Brasil no exterior. Ao integrar a agenda da cidade-sede da **COP30**, o Círio insere a cultura amazônica como expressão de alto impacto, projetando o Brasil como destino turístico inovador e comprometido com os direitos humanos, a diversidade e a sustentabilidade. Esse posicionamento fortalece a marca Brasil no cenário internacional, despertando o interesse de turistas por experiências culturais autênticas.

2.23 O projeto também dialoga com o eixo de sustentabilidade e responsabilidade social do PNT. Ao adotar práticas de acessibilidade, comunicação antirracista e valorização de vozes populares, o Círio se alinha aos princípios de inclusão social e promoção da cidadania, fundamentais para um turismo ético e democrático. A religiosidade popular, neste contexto, torna-se instrumento de transformação social e valorização da diversidade como ativo turístico.

2.24 Por fim, ao alcançar tanto o público local quanto turistas nacionais e internacionais, o Círio reforça a diretriz de ampliar mercados e atrair novos públicos para o Brasil. O evento consolida-se como ação estratégica para posicionar o turismo brasileiro de forma inovadora, inclusiva e internacionalmente competitiva, promovendo o país como anfitrião de experiências culturais singulares e memoráveis.

2.25 Pelas razões apresentadas acima, o Ministério do Turismo tem interesse em patrocinar o evento **“Círio de Nazaré 2025”**, a ser realizado entre os dias 07 e 30 de outubro de 2025 em Belém/PA, com o intuito de agregar a sua marca, juntamente com a do Governo Federal, para seu público de interesse.

2.26 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 2619844).

2.27 Conforme proposta (SEI nº 2618886), o projeto enviado para o Ministério apresenta cinco cotas de patrocínio: Patrocinador Super-Master: acima de R\$ 1.999.999,00; Patrocinador Master: acima de R\$ 299.999,99; Patrocinador Oficial: acima de R\$ 109.999,99; Apoio Master: acima de R\$ 59.999,00 e Apoiador Oficial: R\$ 18.000,00 a R\$ 59.999,00. A cota escolhida com mais vantajosidade foi a Patrocinador Super-Master no valor de R\$ 2.000.000,00.

2.28 De acordo com a Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI 2619844) e com base na proposta encaminhada pelo proponente (SEI nº 2618886), o evento alcança a nota de 170 pontos, o que indica a possibilidade de investimento máximo do MTur de até R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

2.29 Considerando o valor pleiteado de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) na Cota Super Master e o envio da proposta fora do prazo regulamentar, tornou-se necessária a manifestação expressa da autoridade competente quanto à intempestividade e à excepcionalidade do valor, conforme previsto no § 2º do art. 11 da Instrução Normativa nº 04, de 12 de julho de 2021, que admite, em caráter excepcional, o encaminhamento de proposta extra pauta por escolha direta, desde que haja justificativa quanto ao interesse público, à conveniência e à oportunidade.

2.29.1 O art. 16 da mesma norma estabelece que os casos não previstos e as situações excepcionais serão analisados pelo Gestor de Patrocínio do Ministério do Turismo (Secretaria Nacional de Políticas de Turismo), em consonância com os normativos vigentes.

2.29.2 As excepcionalidades, que justificam o valor pleiteado de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), encontram respaldo no art. 16 da Instrução Normativa nº 04, de 12 de julho de 2021, bem como nos Ofícios 3192/2025/GSNPTUR (SEI nº 2620446) e 443/2025 /MINISTRO (SEI nº 2621050), em atenção ao interesse público e à relevância da proposta para a política de patrocínios do Ministério do Turismo.

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 Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019 e pela Instrução Normativa 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 **Super Master** 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 2618886), a cota de Patrocínio **Super Master** possui as contrapartidas discriminadas a seguir:

COTA SUPER MASTER

Valor da Cota: R\$ 2.000.000,00

(dois milhões de reais)

CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL

Mídia e Comunicação

Material Impresso

- Inserção da logomarca do MTur e Governo Federal em cartela exclusiva no Painel Luminoso/Relógio da Praça Santuário de Nazaré (3x2m), com 250 inserções por dia.
- Instalação de 2 (dois) blimps na Praça da Sé — sendo 1 (um) com a marca do Governo Federal e 1 (um) com a marca do Ministério do Turismo — durante os dias 11/10 (Trasladação) e 12/10 (Círio), em ponto estratégico (chegada da Trasladação e saída da Procissão do Círio).
- Instalação de 2 (dois) blimps contendo a Logomarca do MTur e Governo Federal no Estacionamento da Basílica Santuário de Nazaré, abertura até a realização do Círio e no Encerramento (26/10), em local de maior fluxo de público, com visibilidade do Arraial de Nazaré, Centro Arquitetônico, Museu da Memória de Nazaré e Basílica Santuário.
- Inserção da logomarca do MTur e Governo Federal em Brindes – Leques de papelão - (ventarolas) – 20.000 unidades.

Rádio e TV Nazaré

- 90 inserções na TV Nazaré com assinatura de 5 segundos na programação da emissora das chamadas para os eventos ligados ao Círio (Patrocínio Governo Federal e Ministério do Turismo - “Onde tem Patrocínio, tem Governo do Brasil”).
- 62 veiculações de VT institucional (30 segundos – MTur /Governo Federal) - este VT deverá ser enviado pelo MTur e poderá ter até 3 peças diferentes.
- Destaque das marcas do MTur e do Governo Federal na fachada do Estúdio Panorâmico (Rede Nazaré) na Praça Santuário e na TV Inbox durante o fim de semana das principais procissões do Círio.
- 6 testemunhais completos de até 1 minuto em programas ao vivo.
 - Inserção das marcas em 19 “PIPs” durante transmissões ao vivo.
- 90 inserções na Rádio Nazaré com assinatura de 5 segundos (Patrocínio Governo Federal e Ministério do Turismo - “Onde tem Patrocínio, tem Governo do Brasil”).
- 62 veiculações de spot institucional (30 segundos – MTur /Governo Federal), este spot deverá ser enviado pelo MTur e poderá ter até 3 peças diferentes.

Posts nas Redes Sociais

- Perfil da Rádio e TV Nazaré: Inserção das marcas em 2 postagens permanentes em cada rede social (Facebook, Instagram, YouTube).
- Menção @GOVBR: Inserção de menções do @govbr nas publicidades das Redes Sociais.
- HASHTAG #GovernoFederal: Inserção da hashtag #GovernoFederal nas publicidades das Redes Sociais.

- Assinatura (Patrocínio Governo Federal e Ministério do Turismo - “Onde tem Patrocínio, tem Governo Federal”) na chamada de abertura da transmissão ao vivo da missa do Círio (12/10) no Facebook e YouTube

Ativação da Marca

- Aplicação da marca do MTur e Governo Federal:
 - Chancela: Patrocinador Super Master com precedência de assinatura nas peças da programação e materiais oficiais.
- Espaço de Ativação Experiencial
 - Período: 10 a 12/10
 - O Espaço de Ativação Experiencial será uma ação exclusiva do Ministério do Turismo durante o Círio de Nazaré na Praça Santuário.
 - Proposta: criar uma experiência de interação, acolhimento e memória afetiva, unindo tradição, cultura amazônica e inovação tecnológica.
 - Totem interativo (Photo Booth): o público poderá registrar gratuitamente sua participação no Círio. Cada foto será impressa em uma moldura oficial, contendo a logomarca do Ministério do Turismo e a identidade e logomarca do Governo Federal.
- Veiculação de vídeo institucional do MTur e Governo Federal (30 segundos, formato 16x9) no Painel Luminoso/Relógio da Praça Santuário de Nazaré (3x2m) de 1º a 30/10/2025 (ou dois dias após a assinatura do contrato pelo período de 30 dias), com 250 inserções por dia.
- Extensão da veiculação até 30/11/2025 (Pós COP 30) da logomarca do MTur e Governo Federal como Patrocinador Master no site oficial do Círio de Nazaré (www.ciriodenazare.com.br)
- Extensão da veiculação até 30/11/2025 (Pós COP 30) da logomarca do MTur e Governo Federal como Patrocinador Master no aplicativo oficial “Círio de Nazaré”.
- Aplicação da logomarca MTur e Governo Federal em camisas dos catadores – 200 unidades.
- Aplicação adesivada da logomarca MTur e Governo Federal em Big Bags de 1.000 litros.
- Aplicação adesivada da logomarca em coletores de pilhas/baterias.

Museu Memória de Nazaré

- Placas de informação e horários: Inserção da logomarca do Governo Federal e do Ministério do Turismo em duas (2) placas de orientação:
 - Formato A3, em papel revestido de plástico, afixada na porta de entrada do Museu.
 - Formato A4, impressa e disposta em suporte acrílico no balcão de informações.
- Vídeo institucional: Exibição de vídeo de até 30 segundos (formato MP4 ou MOV – 1080x1920) antes de cada sessão da Sala Cine 180°, destacando a condição de patrocinador. O material será fornecido pelo Ministério do Turismo e deverá ser previamente aprovado pela Diretoria da Festa de Nazaré.

Citações ao MTur e Governo Federal

- Menção ao Governo Federal e ao Ministério do Turismo, com a chancela de “Patrocinador Master” em destaque de precedência, 20 dos 23 principais eventos promovidos pela Diretoria do Círio no período de 1º a 31 de outubro de 2025, conforme programação:
 - 07/10 - Abertura Oficial do Círio 2025 / Show na Praça (Tem Telão?)
 - 08/10 - Procissão do Traslado dos Carros (1ª Romaria)
 - 09/10 - Missa de Apresentação do Manto

- 10/10 - Traslado Ananindeua / Marituba (2ª Romaria)
- 11/10 - Romaria Rodoviária (3ª Romaria)
- 11/10 - Romaria Fluvial (4ª Romaria)
- 11/10 - Moto Romaria (5ª Romaria)
- 11/10 – Trasladação (6ª Romaria)
- 12/10 - Missa do Círio
- 12/10 - Procissão do Círio (7ª Romaria)
- 18/10 - Ciclo Romaria (8ª Romaria)
- 18/10 - Romaria da Juventude (9ª Romaria)
- 19/10 - Romaria das Crianças (10ª Romaria)
- 25/10 - Romaria dos Corredores (11ª Romaria)
- 25/10 - Romaria da Acessibilidade (12ª Romaria)
- 26/10 - Procissão da Festa (13ª Romaria)
- 26/10 - Missa de Encerramento do Círio
- 26/10 - Encerramento do Círio 2025
- 26/10 - Espetáculo de Encerramento
- 27/10 – Recírio (14ª Romaria)
- 27/10 - Coletiva Final Círio 2025
- 28/10 - Coquetel com a Imprensa
- 30/10 - Coquetel com Apoiadores e Colaboradores do Círio 2025

Direito

- Reconhecimento Institucional
 - Diploma de Reconhecimento: documento solene outorgado pela Diretoria da Festa de Nazaré, certificando a participação e sua importância como patrocinador oficial do Círio 2025.
- Direito de uso da chancela: “Patrocinador Master Oficial do Círio 2025”.
- Aplicação institucional: autorização para utilização da chancela em campanhas de marketing, embalagens, comunicação corporativa e peças de divulgação do patrocinador durante o período de outubro a dezembro de 2025.
- Direito a 04 visitas guiadas para convidados do patrocinador no Museu Memória de Nazaré - Até 20 pessoas por visita (total até 80 pessoas).

Presença da Marca em Parcerias ao Círio

- Videomapping de Encerramento do Círio: Exibição das logomarcas do Ministério do Turismo e do Governo Federal na fachada da Basílica de Nazaré, nos créditos finais do filme de animação projetado, sob a chancela: Patrocínio Super Master do Círio 2025.
- Círio Musical: Exibição das logomarcas do Ministério do Turismo e do Governo Federal, durante 10 dias de evento, no telão do palco - no início e no encerramento do espetáculo, sob a chancela: Patrocínio Super Master do Círio 2025.

Ativação Governo Federal

- Divulgar ações e assuntos do Governo Federal de interesse da sociedade brasileira, no que for possível, na ocasião será veiculado a campanha Conheça o Brasil.
- Peças padronizadas da SECOM:
 - Praça Santuário (esquina de grande visibilidade): Vídeo institucional (30s, 16:9) no Painel Luminoso/Relógio (3x2m)
 - Procissões: Testeira da Arquibancada – Módulo A (faixa 4,00 x 1,20m)
 - TV Nazaré: veiculação de VT institucional (30s)
 - Rádio Nazaré: veiculação de spot institucional (30s)
 - Portal Rede Nazaré: banner no topo do portal
 - Ativação Experiencial – Praça Santuário: tótem adesivado e molduras em fotos impressas/digitais
 - Museu Memória de Nazaré: totens institucionais (1,80 x 0,60m) e exibição de vídeo institucional (até 30s) antes de cada sessão da Sala Cine 180°
 - Casa de Plácido (acolhimento dos fiéis): banners institucionais (1,20 x 0,80m)

CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS, SOCIAIS E ECONÔMICAS

Ambiental

- Projeto EcoCírio: iniciativa de sustentabilidade que contempla coleta seletiva de resíduos, logística reversa, distribuição de uniformes e adesivos para catadores, e parcerias com o Instituto Rever e a empresa Guamá Tratamento de Resíduos.
- Infraestrutura ambiental: instalação de 10 big bags de 1.000 litros em pontos estratégicos, atuação de 180 catadores uniformizados, e implantação de 2 coletores exclusivos para pilhas e baterias.
- Relatórios ambientais: produção de documentos sobre o volume de recicláveis coletados e destinados às cooperativas locais.

Social

- Casa de Plácido: espaço de acolhimento aos romeiros que chegam a Belém, oferecendo atendimento básico de saúde, alimentação, áreas de descanso e acompanhamento pastoral. Estima-se o atendimento de 5 mil devotos.
- Doação de ingressos: cessão de 200 ingressos para arquibancadas, destinados a ações sociais do MTur — 100 para a Trasladação (11/10) e 100 para o Círio (12/10).
- Voluntariado e solidariedade: mobilização de mais de 26 mil voluntários, campanhas solidárias e parcerias institucionais voltadas ao acolhimento de públicos diversos.

Econômica

- Produção de materiais exclusivos em decorrência do patrocínio.
- Direito a visitas guiadas para convidados do patrocinador.
- Direito do uso de fotografias

Comunicação Antirracista e Acessibilidade

O projeto adota práticas de comunicação inclusiva e antirracista, em alinhamento com o Plano de Comunicação pela Igualdade Racial (PCIR) da Administração Pública Federal.

- Diretrizes aplicadas:
 - Representação plural e digna do povo amazônico (pessoas negras, indígenas, ribeirinhas, quilombolas, PcD, juventudes e idosos).
 - Linguagem respeitosa e acolhedora, com foco em união e fraternidade.
 - Revisão editorial antirracista em todas as peças (impresso, digital, audiovisual), com checklist de conformidade.
 - Inserção de frases que reforcem respeito e diversidade.
 - Acessibilidade comunicacional básica: textos alternativos (alt text), legendas em vídeos, contraste adequado nas artes.
 - Orientação às equipes e fornecedores com briefing escrito, glossário de termos recomendados e canal de dúvidas.
 - Governança e monitoramento: canal de apontamentos, prazo de até 24h para ajustes em peças digitais, e indicadores de aderência.

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, a ação de patrocínio foi 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) e foi submetido para prévia manifestação do Comitê de Patrocínios na reunião a ser realizada dia 24/09/2025, conforme disposto no art. 33 da Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019. O espelho da ação submetida à análise da conformidade à SECOM foi encartado aos autos sob o nº SEI 2627893.
- 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 O valor do patrocínio de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), referente à Cota Super Master, encontra respaldo no § 2º do art. 11 e no art. 16 da Instrução Normativa nº 04/2021, bem como nos Ofícios 3192/2025/GSNPTUR (SEI nº 2620446) e 443/2025 /MINISTRO (SEI nº 2621050), que justificam a excepcionalidade da proposta em razão do interesse público, da conveniência e da oportunidade, em consonância com a política de patrocínios do Ministério do Turismo.

4.6 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 2619844).

4.7 As atividades serão realizadas dias 07 a 30 de outubro de 2025, na cidade de Belém no estado do Pará, com veiculações de parte das contrapartidas, a partir de 1º de outubro de 2025.

4.8 A vigência do contrato será de 90 (noventa) 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 constricta, 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;

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 De acordo com a Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI 2619844) e com base na proposta encaminhada pelo proponente (SEI nº 2618886), o evento alcança a nota de 170 pontos, o que indica a possibilidade de investimento máximo do MTur de até R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

5.9.1 TABELA DE COTAS E CONTRAPARTIDAS

COTA	APOIO	PATROCINADOR	PATROCINADOR MASTER	PATROCINADOR SUPER-MASTER
Chancela	Apoio	Patrocinador	Patrocinador Master	Patrocinador Master (Precede e abre a barra das logos)
Tipo	Padrão	Padrão	Tudo da COTA PATROCINADOR com negociação de números maiores e/ou entregas exclusivas	Pré-negociada com o Ministério do Turismo
Valor	R\$ 18.000,00	A partir de R\$ 110.000,00	A partir de R\$ 300.000,00	R\$ 2.000.000,00
Duplicidade de Marca	Não	Não	----	Sim (Governo Federal e MTur)
CONTRAPARTIDAS	APOIO	PATROCINADOR	PATROCINADOR MASTER	PATROCINADOR SUPER-MASTER
Selo - Direito de uso da chancela em material promocional e publicitário durante todo ano de 2025	Apoiador Oficial	Patrocinador Oficial	Patrocinador Oficial ou Patrocinador Master Oficial	Patrocinador Oficial ou Patrocinador Master Oficial
Logomarca no Site Oficial do Círio de Nazaré (ciriordenazaré.com.br)	Espaço do Apoiador	Espaço do Patrocinador	Espaço do Patrocinador Master	Espaço do Patrocinador Master (Precede e abre a barra das logos)
Logomarca no Aplicativo do Círio: Círio de Nazaré - Oficial	Espaço do Apoiador	Espaço do Patrocinador	Espaço do Patrocinador Master	Espaço do Patrocinador Master (Precede e abre a barra das logos)
Cartaz Oficial do Círio 2025 com a logomarca	500	5.000	5.000	50.000
Banner (0,80 x 1,30 m) com logomarca	2	10	10	500

Arquibancada - Ingressos para Trasladação	6	6	6	100
Arquibancada - Ingressos para Círio	----	6	6	100
Logomarca na Testeira da Arquibancada	----	sim	sim	Faixa Exclusiva (4 x1,2m) Setor A
Painel Luminoso (Relógio) da Praça Santuário de Nazaré - Inserção da Logomarca na cartela	250 inserções em cartela (agosto, setembro e outubro).	250 inserções em cartela (agosto, setembro e outubro).	250 inserções em cartela (agosto, setembro e outubro).	250 inserções em cartela exclusiva (outubro) [bonificação - novembro e dezembro]
Painel Luminoso (Relógio) da Praça Santuário de Nazaré - Inserção de Vídeo institucional de 30"	Negociável	Negociável	Negociável	250 inserções por dia (outubro) [bonificação - novembro e dezembro]
Citação destacada pelo cerimonial nos eventos promovidos pela Diretoria da Festa de Nazaré.	----	Sim	Sim	Sim (precede os patrocinadores)
Anúncio no encerramento do Círio 2025 - Citação no anúncio que será publicado nos jornais de Belém.	----	Sim	Sim	Sim (precede os patrocinadores)
Impressão de Cartas Institucionais	----	----	----	50.000
Distribuição e montagem do kit com os cartazes e as cartas	----	----	----	Sim
Inserção da uma placa de 2,5m x 5m no prédio ao lado do Arraial de Nazaré (Estacionamento da Basílica-Santuário).	----	----	----	Exclusiva [sugestão https://drive.google.com/file/d/1r4HZ0SA5HR23HFOeexElaWDAaNUcWQU/view]
Blimp - Praça da Sé (Lugar de chegada da procissão na Trasladação e Saída da procissão do Círio)	----	----	----	2 Blimps
Banners de 1,20 x 0,80m na Casa de Plácido				2 Banners
Ação Experiencial (PhotoBooth)	----	----	----	Exclusiva - 3 dias
CONTRAPARTIDA ECONÔMICA OU SIMBÓLICA				
Diploma de	Outorgado como	Outorgado como	Outorgado como	Outorgado como Patrocinador Oficial

Reconhecimento	Apoiador Oficial	Patrocinador Oficial	Patrocinador Oficial	
Corda do Círio 2 fragmentos da corda do Círio (20 cm cada um, aproximadamente), retirados do Núcleo da Berlinda, sobrepostos em bases de madeira.	----	Sim	Sim	----
Bênção Oficial (Facultado) Solicitação precisa ser feita até o mês de junho de 2025	Inclusão na Agenda de Visitas da Imagem de Nossa Senhora de Nazaré (até o mês de ago)	Inclusão na Agenda de Visitas da Imagem de Nossa Senhora de Nazaré (até o mês de set)	Inclusão na Agenda de Visitas da Imagem de Nossa Senhora de Nazaré (até o mês de set)	---
Réplica da Imagem Peregrina	----	Sim	Sim	----
PLANO DE MÍDIA - FUNDAÇÃO NAZARÉ (RADIO, TV e PORTAL)				
Assinatura na TV	----	----	----	90
Assinatura na Rádio	----	----	----	90
Veiculação de VT institucional (30")	----	----	----	62
Veiculação de Spot institucional (30")	----	----	----	62
Destaque da marca no Estúdio Panorâmico e TV Inbox	----	----	----	Sim
Testemunhais completos em programas ao vivo	----	----	----	6
Inserções de PIPs durante transmissões	----	----	----	19
Postagens permanentes em redes sociais (Facebook, Instagram, YouTube)	----	----	----	6
Assinatura na transmissão ao vivo da missa do Círio (12/10)	----	----	----	1
Banner no topo do Portal	----	----	----	30 dias
MUSEU MEMÓRIA DE NAZARÉ				

Instalação de totens no Museu Memória de Nazaré	----	----	----	2
Exibição de vídeo institucional de 30" (antes das sessões) no Cine 180°	----	----	----	31 dias x 20 vezes ao dia (Bonificação Novembro e Dezembro)
Visita Guiada para Convidados	----	----	----	20 convidados
PROJETO ECO-CÍRIO				
Aplicação da logomarca do MTur e Governo Federal nas lixeiras padronizadas (orgânicos /recicláveis).	---	---	---	40
Aplicação da logomarca nos pontos de armazenamento temporário de recicláveis.	---	---	---	4
Inserção da logomarca nos materiais educativos (folders, cartazes explicativos e digitais).	---	---	---	sim
Espaço para logomarca nos coletores exclusivos de pilhas e baterias.	---	---	---	4
Citação do patrocínio nas campanhas educativas de mídia social e imprensa relacionadas ao EcoCírio.	---	---	---	sim

5.10 A COTA DE PATROCÍNIO SUPER MASTER no valor de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) foi considerada 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.

5.10.1 - Entende-se que, ainda que o valor proposto ultrapasse o limite indicado pela pontuação técnica da planilha anexa à IN nº 04/2021 – MTur/GM, a escolha da COTA SUPER MASTER se encontra plenamente justificada pela abrangência das contrapartidas ofertadas e pela estratégia institucional de comunicação. A proposta contempla veiculação da logomarca do Ministério do Turismo durante todo o mês de outubro, período que concentra as principais atividades do Círio de Nazaré, incluindo quatorze romarias oficiais, eventos culturais, ações sociais e ambientais, além de ativações institucionais em espaços de grande circulação e visibilidade.

5.10.2 - Nos termos dos artigos 16 e 17 da Instrução Normativa nº 02/2019 – SECOM/PR, o valor do patrocínio não está vinculado exclusivamente à pontuação obtida na planilha de avaliação, mas sim à vantajosidade da proposta para a Administração Pública, considerando o conjunto de entregas, o impacto institucional, a relevância do projeto e o retorno de imagem esperado. A norma estabelece que o valor deve ser compatível com os benefícios oferecidos e com os objetivos estratégicos da comunicação governamental, permitindo a análise de casos excepcionais com base em critérios de oportunidade, interesse público e adequação às políticas públicas.

5.10.3 - Adicionalmente, dada as proporcionalidades, os parâmetros utilizados na análise de custos estão em conformidade com as práticas adotadas em outras contratações similares realizadas pela Coordenação de Patrocínio, o que reforça a coerência e a razoabilidade da proposta.

5.10.4 - O Círio de Nazaré, embora tenha origem e essência religiosa, consolidou-se ao longo dos anos como um dos maiores eventos populares e turísticos do Brasil e do mundo, extrapolando o caráter de manifestação de fé para se tornar um produto turístico-cultural de impacto nacional e internacional.

- 5.10.5 - Anualmente, o evento atrai cerca de 2 milhões de pessoas apenas na procissão principal e mais de 6 milhões de participantes ao longo das programações oficiais e paralelas, envolvendo quatorze romarias, eventos culturais, ambientais, gastronômicos e de valorização da cultura amazônica, promovendo geração de renda, emprego, fortalecimento da identidade regional e fomento ao turismo interno e internacional.
- 5.10.6 - Esse grau de capilaridade territorial, apelo simbólico e engajamento social, somado à repercussão espontânea na imprensa nacional e internacional (com cobertura recorrente de grandes veículos como Globo, CNN, Euronews, etc.), faz do Círio de Nazaré uma plataforma estratégica de posicionamento institucional do Governo Federal, especialmente em um contexto de valorização da sustentabilidade amazônica, da diversidade religiosa e cultural e da promoção de destinos turísticos emergentes, como é o caso da cidade de Belém, futura sede da COP30.
- 5.10.7 - Dessa forma, mesmo considerando que a proposta de patrocínio ultrapassa o valor indicado pela pontuação técnica da planilha prevista na IN nº 04/2021, a sua relevância mercadológica, simbólica e estratégica justifica a excepcionalidade do investimento. O evento apresenta um alcance incomparável no calendário turístico brasileiro, sendo reconhecido pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) como Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil, e pela UNESCO como Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade, o que reforça seu valor enquanto ativo simbólico e mercadológico.
- 5.10.8 - Além disso, o Círio representa um momento de forte mobilização da cadeia produtiva do turismo, impactando positivamente os setores de hotelaria, alimentação, transporte, comércio, economia criativa e serviços. Trata-se, portanto, de uma ação que, embora excepcional em termos de valor, está plenamente alinhada às diretrizes de promoção, valorização e desenvolvimento do turismo nacional, conforme estabelecido no Plano Nacional de Turismo 2024–2027.
- 5.10.9 - A escolha direta do projeto está amparada pelo art. 3º da IN nº 04/2021 – MTur/GM, que permite ao Ministro de Estado do Turismo indicar, em caráter discricionário, projetos a serem patrocinados por essa modalidade, desde que submetidos à análise da unidade patrocinadora. Essa prerrogativa foi exercida com base na oportunidade, conveniência e vantajosidade da proposta, e respaldada pela alta gestão da Pasta.
- 5.10 Diante do caráter excepcional do valor e da apresentação fora do prazo regulamentar, a proposta foi submetida à análise extraordinária, conforme mencionado nos subitens 2.24.1 a 2.24.3, com respaldo normativo e documental.

6. Descrição da solução como um todo

6.1 Em consonância com a proposta de participação apresentada (SEI nº 2618886), o Ministério do Turismo patrocinará o evento por meio da COTA DE PATROCÍNIO SUPER MASTER no valor de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) que tem por contrapartida os seguintes itens:

COTA SUPER MASTER

Valor da Cota: R\$ 2.000.000,00

(dois milhões de reais)

CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL

Mídia e Comunicação

Material Impresso

- Inserção da logomarca do MTur e Governo Federal em cartela exclusiva no Painel Luminoso/Relógio da Praça Santuário de Nazaré (3x2m), com 250 inserções por dia.
- Instalação de 2 (dois) blimps na Praça da Sé — sendo 1 (um) com a marca do Governo Federal e 1 (um) com a marca do Ministério do Turismo — durante os dias 11/10 (Trasladação) e 12/10 (Círio), em ponto estratégico (chegada da Trasladação e saída da Procissão do Círio).
- Instalação de 2 (dois) blimps contendo a Logomarca do MTur e Governo Federal no Estacionamento da Basílica Santuário de Nazaré, abertura até a realização do Círio e no Encerramento (26/10), em local de maior fluxo de público, com visibilidade do Arraial de Nazaré, Centro Arquitetônico, Museu da Memória de Nazaré e Basílica Santuário.
- Inserção da logomarca do MTur e Governo Federal em Brindes – Leques de papelão - (ventarolas) – 20.000 unidades.

Rádio e TV Nazaré

- 90 inserções na TV Nazaré com assinatura de 5 segundos na programação da emissora das chamadas para os eventos ligados ao Círio (Patrocínio Governo Federal e Ministério do Turismo - “Onde tem Patrocínio, tem Governo do Brasil”).
- 62 veiculações de VT institucional (30 segundos – MTur /Governo Federal) - este VT deverá ser enviado pelo MTur e poderá ter até 3 peças diferentes.
- Destaque das marcas do MTur e do Governo Federal na fachada do Estúdio Panorâmico (Rede Nazaré) na Praça Santuário e na TV Inbox durante o fim de semana das principais procissões do Círio.
- 6 testemunhais completos de até 1 minuto em programas ao vivo.
 - Inserção das marcas em 19 “PIPs” durante transmissões ao vivo.
- 90 inserções na Rádio Nazaré com assinatura de 5 segundos (Patrocínio Governo Federal e Ministério do Turismo - “Onde tem Patrocínio, tem Governo do Brasil”).
- 62 veiculações de spot institucional (30 segundos – MTur /Governo Federal), este spot deverá ser enviado pelo MTur e poderá ter até 3 peças diferentes.

Posts nas Redes Sociais

- Perfil da Rádio e TV Nazaré: Inserção das marcas em 2 postagens permanentes em cada rede social (Facebook, Instagram, YouTube).
- Menção @GOVBR: Inserção de menções do @govbr nas publicidades das Redes Sociais.
- HASHTAG #GovernoFederal: Inserção da hashtag #GovernoFederal nas publicidades das Redes Sociais.
- Assinatura (Patrocínio Governo Federal e Ministério do Turismo - “Onde tem Patrocínio, tem Governo Federal) na chamada de abertura da transmissão ao vivo da missa do Círio (12/10) no Facebook e YouTube

Ativação da Marca

- Aplicação da marca do MTur e Governo Federal:
 - Chancela: Patrocinador Super Master com precedência de assinatura nas peças da programação e materiais oficiais.
- Espaço de Ativação Experiencial
 - Período: 10 a 12/10
 - O Espaço de Ativação Experiencial será uma ação exclusiva do Ministério do Turismo durante o Círio de Nazaré na Praça Santuário.
 - Proposta: criar uma experiência de interação, acolhimento e memória afetiva, unindo tradição, cultura amazônica e inovação tecnológica.
 - Totem interativo (Photo Booth): o público poderá registrar gratuitamente sua participação no Círio. Cada foto será impressa em uma moldura oficial, contendo a logomarca do Ministério do Turismo e a identidade e logomarca do Governo Federal.
- Veiculação de vídeo institucional do MTur e Governo Federal (30 segundos, formato 16x9) no Painel Luminoso/Relógio da Praça Santuário de Nazaré (3x2m) de 1º a 30/10/2025 (ou dois dias após a assinatura do contrato pelo período de 30 dias), com 250 inserções por dia.
- Extensão da veiculação até 30/11/2025 (Pós COP 30) da logomarca do MTur e Governo Federal como Patrocinador Master no site oficial do Círio de Nazaré (www.ciriodenazare.com.br)
- Extensão da veiculação até 30/11/2025 (Pós COP 30) da logomarca do MTur e Governo Federal como Patrocinador Master no aplicativo oficial “Círio de Nazaré”.
- Aplicação da logomarca MTur e Governo Federal em camisas dos catadores – 200 unidades.

- Aplicação adesivada da logomarca MTur e Governo Federal em Big Bags de 1.000 litros.
- Aplicação adesivada da logomarca em coletores de pilhas/baterias.

Museu Memória de Nazaré

- Placas de informação e horários: Inserção da logomarca do Governo Federal e do Ministério do Turismo em duas (2) placas de orientação:
 - Formato A3, em papel revestido de plástico, afixada na porta de entrada do Museu.
 - Formato A4, impressa e disposta em suporte acrílico no balcão de informações.
- Vídeo institucional: Exibição de vídeo de até 30 segundos (formato MP4 ou MOV – 1080x1920) antes de cada sessão da Sala Cine 180°, destacando a condição de patrocinador. O material será fornecido pelo Ministério do Turismo e deverá ser previamente aprovado pela Diretoria da Festa de Nazaré.

Citações ao MTur e Governo Federal

- Menção ao Governo Federal e ao Ministério do Turismo, com a chancela de “Patrocinador Master” em destaque de precedência, 20 dos 23 principais eventos promovidos pela Diretoria do Círio no período de 1º a 31 de outubro de 2025, conforme programação:
 - 07/10 - Abertura Oficial do Círio 2025 / Show na Praça (Tem Telão?)
 - 08/10 - Procissão do Traslado dos Carros (1ª Romaria)
 - 09/10 - Missa de Apresentação do Manto
 - 10/10 - Traslado Ananindeua / Marituba (2ª Romaria)
 - 11/10 - Romaria Rodoviária (3ª Romaria)
 - 11/10 - Romaria Fluvial (4ª Romaria)
 - 11/10 - Moto Romaria (5ª Romaria)
 - 11/10 – Trasladação (6ª Romaria)
 - 12/10 - Missa do Círio
 - 12/10 - Procissão do Círio (7ª Romaria)
 - 18/10 - Ciclo Romaria (8ª Romaria)
 - 18/10 - Romaria da Juventude (9ª Romaria)
 - 19/10 - Romaria das Crianças (10ª Romaria)
 - 25/10 - Romaria dos Corredores (11ª Romaria)
 - 25/10 - Romaria da Acessibilidade (12ª Romaria)
 - 26/10 - Procissão da Festa (13ª Romaria)
 - 26/10 - Missa de Encerramento do Círio
 - 26/10 - Encerramento do Círio 2025
 - 26/10 - Espetáculo de Encerramento
 - 27/10 – Recírio (14ª Romaria)
 - 27/10 - Coletiva Final Círio 2025
 - 28/10 - Coquetel com a Imprensa

- 30/10 - Coquetel com Apoiadores e Colaboradores do Círio 2025

Direito

- Reconhecimento Institucional
 - Diploma de Reconhecimento: documento solene outorgado pela Diretoria da Festa de Nazaré, certificando a participação e sua importância como patrocinador oficial do Círio 2025.
- Direito de uso da chancela: "Patrocinador Master Oficial do Círio 2025".
- Aplicação institucional: autorização para utilização da chancela em campanhas de marketing, embalagens, comunicação corporativa e peças de divulgação do patrocinador durante o período de outubro a dezembro de 2025.
- Direito a 04 visitas guiadas para convidados do patrocinador no Museu Memória de Nazaré - Até 20 pessoas por visita (total até 80 pessoas).

Presença da Marca em Parcerias ao Círio

- Videomapping de Encerramento do Círio: Exibição das logomarcas do Ministério do Turismo e do Governo Federal na fachada da Basílica de Nazaré, nos créditos finais do filme de animação projetado, sob a chancela: Patrocínio Super Master do Círio 2025.
- Círio Musical: Exibição das logomarcas do Ministério do Turismo e do Governo Federal, durante 10 dias de evento, no telão do palco - no início e no encerramento do espetáculo, sob a chancela: Patrocínio Super Master do Círio 2025.

Ativação Governo Federal

- Divulgar ações e assuntos do Governo Federal de interesse da sociedade brasileira, no que for possível, na ocasião será veiculado a campanha Conheça o Brasil.
- Peças padronizadas da SECOM:
 - Praça Santuário (esquina de grande visibilidade): Vídeo institucional (30s, 16:9) no Painel Luminoso/Relógio (3x2m)
 - Procissões: Testeira da Arquibancada – Módulo A (faixa 4,00 x 1,20m)
 - TV Nazaré: veiculação de VT institucional (30s)
 - Rádio Nazaré: veiculação de spot institucional (30s)
 - Portal Rede Nazaré: banner no topo do portal
 - Ativação Experiencial – Praça Santuário: tótem adesivado e molduras em fotos impressas/digitais
 - Museu Memória de Nazaré: totens institucionais (1,80 x 0,60m) e exibição de vídeo institucional (até 30s) antes de cada sessão da Sala Cine 180°
 - Casa de Plácido (acolhimento dos fiéis): banners institucionais (1,20 x 0,80m)

CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS, SOCIAIS E ECONÔMICAS

Ambiental

- Projeto EcoCírio: iniciativa de sustentabilidade que contempla coleta seletiva de resíduos, logística reversa, distribuição de uniformes e adesivos para catadores, e parcerias com o Instituto Rever e a empresa Guamá Tratamento de Resíduos.

- Infraestrutura ambiental: instalação de 10 big bags de 1.000 litros em pontos estratégicos, atuação de 180 catadores uniformizados, e implantação de 2 coletores exclusivos para pilhas e baterias.
- Relatórios ambientais: produção de documentos sobre o volume de recicláveis coletados e destinados às cooperativas locais.

Social

- Casa de Plácido: espaço de acolhimento aos romeiros que chegam a Belém, oferecendo atendimento básico de saúde, alimentação, áreas de descanso e acompanhamento pastoral. Estima-se o atendimento de 5 mil devotos.
- Doação de ingressos: cessão de 200 ingressos para arquibancadas, destinados a ações sociais do MTur — 100 para a Trasladação (11/10) e 100 para o Círio (12/10).
- Voluntariado e solidariedade: mobilização de mais de 26 mil voluntários, campanhas solidárias e parcerias institucionais voltadas ao acolhimento de públicos diversos.

Econômica

- Produção de materiais exclusivos em decorrência do patrocínio.
- Direito a visitas guiadas para convidados do patrocinador.
- Direito do uso de fotografias

Comunicação Antirracista e Acessibilidade

O projeto adota práticas de comunicação inclusiva e antirracista, em alinhamento com o Plano de Comunicação pela Igualdade Racial (PCIR) da Administração Pública Federal.

- Diretrizes aplicadas:
 - Representação plural e digna do povo amazônico (pessoas negras, indígenas, ribeirinhas, quilombolas, PcD, juventudes e idosos).
 - Linguagem respeitosa e acolhedora, com foco em união e fraternidade.
 - Revisão editorial antirracista em todas as peças (impresso, digital, audiovisual), com checklist de conformidade.
 - Inserção de frases que reforcem respeito e diversidade.
 - Acessibilidade comunicacional básica: textos alternativos (alt text), legendas em vídeos, contraste adequado nas artes.
 - Orientação às equipes e fornecedores com briefing escrito, glossário de termos recomendados e canal de dúvidas.
 - Governança e monitoramento: canal de apontamentos, prazo de até 24h para ajustes em peças digitais, e indicadores de aderência.

6.2 Todas as despesas com a execução do serviço já estão contempladas na proposta encaminhada (SEI nº 2618886).

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 DE PATROCÍNIO SUPER MASTER no valor de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) conforme apontado no item 5 do presente Estudo.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 2.000.000,00

8.1 O valor da contratação é de 2.000.000,00 (dois milhões de reais) conforme Proposta (SEI nº 2618886).

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 âmbito do patrocínio, revela-se incabível a aplicação do instituto do parcelamento do objeto, tendo em vista a natureza peculiar da contratação, a qual pressupõe a concessão de direitos exclusivos de comercialização vinculados ao evento, devidamente apresentados pela proponente SANTUÁRIO MARIANO ARQUIDIOCESANO - BASILICA SANTUÁRIO NOSSA SENHORA DE NAZARÉ DO DESTERRO. Assim, a divisão do objeto contratual se mostra incompatível com a essência da avença, que exige tratamento unitário e indivisível.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

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

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 (SEI nº 2618886) e acordada entre as partes:

Ambiental

- Projeto EcoCírio: iniciativa de sustentabilidade que contempla coleta seletiva de resíduos, logística reversa, distribuição de uniformes e adesivos para catadores, e parcerias com o Instituto Rever e a empresa Guamá Tratamento de Resíduos.

- Infraestrutura ambiental: instalação de 10 big bags de 1.000 litros em pontos estratégicos, atuação de 180 catadores uniformizados, e implantação de 2 coletores exclusivos para pilhas e baterias.
- Relatórios ambientais: produção de documentos sobre o volume de recicláveis coletados e destinados às cooperativas locais.

Social

- Casa de Plácido: espaço de acolhimento aos romeiros que chegam a Belém, oferecendo atendimento básico de saúde, alimentação, áreas de descanso e acompanhamento pastoral. Estima-se o atendimento de 5 mil devotos.
- Doação de ingressos: cessão de 200 ingressos para arquibancadas, destinados a ações sociais do MTur — 100 para a Trasladação (11/10) e 100 para o Círio (12/10).
- Voluntariado e solidariedade: mobilização de mais de 26 mil voluntários, campanhas solidárias e parcerias institucionais voltadas ao acolhimento de públicos diversos.

Econômica

- Produção de materiais exclusivos em decorrência do patrocínio.
- Direito a visitas guiadas para convidados do patrocinador.
- Direito do uso de fotografias

Comunicação Antirracista e Acessibilidade

O projeto adota práticas de comunicação inclusiva e antirracista, em alinhamento com o Plano de Comunicação pela Igualdade Racial (PCIR) da Administração Pública Federal.

- Diretrizes aplicadas:
 - Representação plural e digna do povo amazônico (pessoas negras, indígenas, ribeirinhas, quilombolas, PcD, juventudes e idosos).
 - Linguagem respeitosa e acolhedora, com foco em união e fraternidade.
 - Revisão editorial antirracista em todas as peças (impresso, digital, audiovisual), com checklist de conformidade.
 - Inserção de frases que reforcem respeito e diversidade.
 - Acessibilidade comunicacional básica: textos alternativos (alt text), legendas em vídeos, contraste adequado nas artes.
 - Orientação às equipes e fornecedores com briefing escrito, glossário de termos recomendados e canal de dúvidas.
 - Governança e monitoramento: canal de apontamentos, prazo de até 24h para ajustes em peças digitais, e indicadores de aderência.

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

Diante do caráter excepcional da proposta e da apresentação fora do prazo regulamentar, o projeto foi submetido à análise extraordinária, conforme previsto nos subitens 2.29.1 a 2.29.2. Avaliando os benefícios esperados com a contratação, verifica-se que a participação no evento está plenamente alinhada com a competência da área demandante e com os objetivos institucionais da Pasta, contribuindo para a promoção dos destinos turísticos nacionais, a divulgação dos programas e ações do Ministério e o fortalecimento da imagem institucional perante seus públicos de interesse.

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

Integrante Requisitante



Assinou eletronicamente em 26/09/2025 às 15:05:13.

MARIA FERNANDA MASCARENHAS DOS SANTOS MELIS

Integrante Técnico



Assinou eletronicamente em 26/09/2025 às 15:27:27.

TATIANA FERNANDES DA SILVA

Integrante Administrativo



Assinou eletronicamente em 26/09/2025 às 14:45:52.