



MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL
SUPERINTENDÊNCIA DO DESENVOLVIMENTO DO NORDESTE

NOTA TÉCNICA Nº 143/2025 - SEI/SUDENE

PROCESSO Nº 59336.000733/2025-61

INTERESSADO: GAB/ASCOM

1. ASSUNTO

1.1. Demanda de patrocínio à iniciativa Ritmos da Tradição - Oficina de Dança Popular, realizada pelo Centro Cultural Casa da Rabeca do Brasil, localizada em Olinda (PE), entre os dias 28 e 28 de março.

2. INTRODUÇÃO

2.1. A análise a seguir trata sobre a solicitação de patrocínio pelo Centro Cultural Casa da Rabeca do Brasil, inscrito no CNPJ sob nº 09.482. 973/001-98, e atende solicitação enviada ao Gabinete (SEI 0775236).

2.2. A Ascom é a unidade administrativa da Sudene com atribuição de gerir as ações de comunicação de que trata o art. 4º do Decreto nº 6.555, de 2008.

2.3. O Plano de Comunicação da Sudene 2025-2026 apresenta como objetivo geral o fortalecimento de sua marca junto ao seu público de interesse. E, entre os objetivos específicos, cita a reestruturação da presença de mercado da Sudene e os seus atributos de marca como uma das prioridades.

3. REFERÊNCIAS

3.1. A presente análise de demanda de patrocínio adota como referências:

3.1.1. Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008 (e suas alterações posteriores), que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências;

3.1.2. Instrução Normativa SG/PR nº 2, de 23 de dezembro de 2019;

3.1.3. Plano de Comunicação da Sudene 2023- 2024 (SEI 0746303);

3.1.4. Plano Anual de Patrocínio Anual (SEI 0747225).

4. ANÁLISE

4.1. O projeto Ritmos da Tradição - Oficina de Dança Popular, realizado pelo Centro Cultural Casa da Rabeca do Brasil, localizada em Olinda (PE), entre os dias 24 e 28 de março, consiste em uma série de oficinas de dança popular, promovendo a valorização da cultura nordestina e incentivando a participação da comunidade. É uma ação voltada para a preservação e difusão das tradições culturais, além da promoção do intercâmbio cultural e formação de novos praticantes.

4.2. De acordo com a proponente, serão ensinadas as danças tradicionais do Nordeste, especialmente de Pernambuco, como maracatu, frevo, caboclinho, ciranda e cavalo marinho. As oficinas são voltadas para um público de todas as idades , com foco em jovens, adultos, estudantes e artistas interessados na cultura popular. Elas têm duas horas de duração, com momentos de prática e troca de saberes.

4.3. O Centro Cultural Casa da Rabeca, proponente da ação, é um espaço criado por Manoel Salustiano Soares, conhecido Mestre Salustiano, reconhecido como referência na cultura popular de Pernambuco. Está situado no bairro Cidade Tabajara, em Olinda, na Região Metropolitana do Recife. É uma área que tem em seu entorno uma população de cerca de 12 mil pessoas, que são impactadas pelas ações realizadas pelo Centro. Ao longo do ano, a Casa da Rabeca promove ações educativas e sociais, sempre ligadas à cultura. Além das oficinas de dança, por exemplo, são promovidas oficinas de fabricação de instrumentos musicais, de forma gratuita para a comunidade.

4.4. A atual gestão da Sudene estabeleceu como uma de suas prioridades o reposicionamento da Autarquia no debate regional, inclusive com o fortalecimento de sua imagem. Dessa forma, considera importante estar presente em eventos representativos para a região e que dialoguem com os eixos do Plano Regional de Desenvolvimento do Nordeste (PRDNE).

4.5. A Ascom considera que o evento está alinhado com o programa o “Nordeste Vivo - Fortalecimento da Cultura e Economia Criativa”, do eixo do Desenvolvimento Social, do PRDNE, que aponta com estratégia fundamental impulsionar o setor. Além disso, considera que a cultura popular desempenha um papel importante na formação da identidade das pessoas

4.6. A chamada economia criativa, na qual as iniciativas de fortalecimento da cultura popular estão inseridas, é uma importante propulsora para o desenvolvimento. Em 2020, a economia da cultura e das indústrias criativas (ECIC) do Brasil movimentou R\$ 230,14 bilhões, equivalente a 3,11% do Produto Interno Bruto (PIB), segundo dados são do Observatório Itaú Cultural. Outro dados importante é que estima-se a geração de um milhão de novos empregos pela economia criativa até 2030, elevando, em consequência, a atual participação no PIB, segundo indica levantamento feito pelo Observatório Nacional da Indústria (ONI), núcleo de inteligência e análise de dados da Confederação Nacional da Indústria (CNI). A economia criativa emprega hoje 7,4 milhões de trabalhadores no Brasil, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD contínua), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), para o 4º trimestre de 2022. O volume pode subir para 8,4 milhões em 2030.

4.7. Considerando que, no Mapa Estratégico da Sudene, há uma diretriz específica para o fortalecimento da imagem da instituição.

4.8. Considerando que a escolha do projeto recorre aos princípios da racionalidade e eficiência na medida em que apresenta perspectiva de ganhos institucionais de imagem, por meio das contrapartidas apresentadas. Mais

4.9. Considerando que a ação de patrocínio está alinhada com o Plano de Comunicação da Sudene 2025-2026 e, consequentemente com o Plano Anual de Patrocínio 2025, ambos aprovados pela Diretoria Colegiada da Sudene.

4.10. Considerando que o evento atende as diretrizes estabelecidas no Decreto nº 6.555, de 2008, tais como

- I - afirmação dos valores e princípios da Constituição;
- II - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;
- III - preservação da identidade nacional;
- IV - valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;
- V - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;
- VI - valorização de estratégias de comunicação regionalizada.

4.11. Considerando que o evento é uma oportunidade para a Sudene de associar sua marca a uma iniciativa voltada para o fortalecimento da cultura popular.

4.12. Considerando que as oficinas têm capacidade de aproximar a Sudene desse público-alvo, especialmente entre o público mais jovem, de forma a promover o conhecimento sobre a instituição.

4.13. Considerando que atual Diretoria Colegiada tem a posição de aproximar a Sudene dos atores que dialogam com a promoção do desenvolvimento regional, inclusive do setor cultural.

4.14. Considerando que estima-se um resultado para a Autarquia a democratização de acesso prevista possibilitará, também, a presença da marca da Sudene não apenas no universo estudantil, mas também associará sua marca ao desenvolvimento de atividades educacionais, científicas e culturais de alto nível, associando a marca ainda, à presença de um qualificado rol de convidados, dentre os quais cientistas, pesquisadores, educadores, autoridades políticas e ativistas de renome nacional, com abrangência nacional e internacional.

4.15. Considerando que **a realização do patrocínio está condicionada ao atendimento, ao menos, das contrapartidas negociadas previamente.** São elas:

a) Imagem

Aplicação da logomarca da Sudene, do Ministério da Integração Nacional e do Governo Federal em:

- Banners
- Panfletos
- Faixas

b) Imprensa

Divulgação do apoio da Sudene à iniciativa em releases para os veículos de comunicação;

c) Sociais

- Gratuidade dos ingressos
- Interação com as escolas locais

d) Promoção da diversidade étnico-racial

Divulgação de mensagens, durante as oficinas, de promoção da diversidade, destacando as influências afro-indígenas na formação das danças populares e de respeito e reconhecimento dessas heranças culturais.

e) Ambientais

- Redução de uso de materiais descartáveis
- Coleta seletiva

4.16. Em relação ao planejamento das ações de patrocínio, é preciso destacar que esta ASCOM não possui rubrica específica no orçamento da Sudene. Mas a ação está prevista no orçamento apresentado por esta unidade à Diretoria Colegiada da Sudene.

4.17. As contratações da Administração Federal devem aplicar **critérios de sustentabilidade**. É preciso destacar que as ações de patrocínio não estão previstas no Guia Nacional de Contratações Sustentáveis. A modalidade de apoio de patrocínio encontra sustentação técnica na Instrução Normativa, Nº 2, de 23 de dezembro de 2019, da Secretaria de Governo, Presidência da República, que estabelece os critérios para a escolha de dos projetos a serem patrocinados. Um deles se refere à sustentabilidade: deve-se buscar projetos de patrocínio que promovam ou possibilitem a realização de ações de sustentabilidade ou que fomentem práticas sustentáveis. O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano informou sobre a adoção de medidas sustentáveis que atendem os referidos critérios, de acordo com **documento anexo ao processo** (SEI 0775244).

4.18. Para estabelecer o valor do patrocínio, a Ascom fez um levantamento de mercado para estabelecer a precificação das contrapartidas. Houve contato com outras instituições vinculadas à Secom, agências de publicidade. **É preciso destacar, em relação ao valor estabelecido para o patrocínio, que uma ação deste topo (patrocínio) não se resume à vinculação de preços, mas principalmente à visibilidade da marca que pretendemos divulgar, conforme a norma IN nº 2, de 23 de dezembro de 2019, bem como agregação de valor à marca, consolidação do posicionamento, o estreitamento de relacionamento com públicos de interesse. Para além disso, há a questão de**

4.19. Com o objetivo de determinar a proporcionalidade entre o valor concedido a título de patrocínio e o retorno institucional previsto, aplicamos os parâmetros da Matriz de Precificação da Secom

na iniciativa, modelo que tem sido utilizado por esta Ascom para analisar as demandas de patrocínio em análise pela equipe técnica.

4.20. A Matriz pontuou as características do evento, sua afinidade às diretrizes de patrocínio e seu potencial de comunicação, entre outros itens que, em maior ou menor grau, estão relacionados com a visibilidade pretendida, gerando um total de pontos que indicou a faixa de valor adequada. Para o evento em análise neste processo, pela pontuação alcançada, foi confirmada a possibilidade de patrociná-lo como um **projeto de pequeno porte**. Esta Ascom sugere que o valor do patrocínio seja estabelecido em R\$ 19.999,00 (dezenove mil, novecentos e noventa e nove reais) está de acordo com os recursos que a Diretoria disponibilizou para a ação e se enquadra dentro dos parâmetros de valores estabelecidos a partir da Matriz de Precificação.

4.21. Esta ação de patrocínio será submetida à Coordenação-Geral de Patrocínios, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, de acordo com os dispositivos legais.

5. CONCLUSÃO

5.1. Diante do exposto nesta Nota Técnica, a ASCOM concorda com a realização do patrocínio ao projeto Ritmos da Tradição - Oficina de Dança Popular no valor de R\$ 19.999,00 (dezenove mil, novecentos e noventa e nove reais).



Documento assinado eletronicamente por **Andrea Arraes de Alencar Pinheiro, Assessor de Comunicação e Marketing Institucional**, em 14/03/2025, às 13:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.sudene.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0776905** e o código CRC **406D8B58**.