



Município de Taquari

Estado do Rio Grande do Sul

Lei nº 4.630, de 11 de janeiro de 2023.

Disciplina a concessão de patrocínio pela Administração Direta e Indireta do Município de Taquari/RS.

ANDRÉ LUÍS BARCELLOS BRITO, Prefeito Municipal de Taquari, Estado do Rio Grande do Sul.

FAÇO SABER no uso das atribuições que me confere a Lei Orgânica do Município, que o Poder Legislativo aprovou e eu sanciono e promulgo a seguinte Lei:

Capítulo I

Disposições Preliminares

Art. 1º Esta Lei disciplina a concessão de patrocínio pela Administração Direta e Indireta do Município de Taquari/RS.

Art. 2º Para efeitos desta Lei considera-se:

I – patrocínio: ação de comunicação que se realiza por meio da aquisição do direito de associação da imagem institucional, símbolos oficiais, logomarca e/ou produtos e serviços, programas e políticas de atuação do patrocinador a projetos de iniciativa de terceiro;

II – patrocinador: órgão da Administração Pública ou entidade de Administração Indireta do Município que, no exercício de suas competências, funções ou atividades, justificadamente, constata a conveniência e a oportunidade de patrocinar iniciativa de terceiro;

III – patrocinado: pessoa física ou jurídica que oferece ao patrocinador a oportunidade de patrocinar projeto próprio;

IV – objetivo do patrocínio: a geração de identificação e reconhecimento do patrocinador por meio da iniciativa patrocinada, ampliando o relacionamento com públicos de interesse, a divulgação de imagem institucional, símbolos oficiais, logomarca e/ou produtos e serviços, programas e políticas de atuação, de modo a agregar valor positivo à imagem do patrocinador;

V – projeto de patrocínio: iniciativa do patrocinado, apresentada em documento próprio e por escrito, que contenha as características, as justificativas, a metodologia de sua



Município de Taquari

Estado do Rio Grande do Sul

execução, as cotas de participação, as contrapartidas e as condições financeiras do patrocínio, informando outras peculiaridades da ação proposta ao patrocinador;

VI – contrapartida: obrigação contratual do patrocinado que expressa o direito de associação da imagem institucional, logomarca e/ou produtos e serviços do patrocinador ao projeto patrocinado, por meio das seguintes modalidades:

a) de imagem: divulgação, inserção e/ou aplicação dos símbolos oficiais ou de logomarca institucional do patrocinador, associando estas ao projeto de patrocínio;

b) negocial: ações de oportunidade que visam à aproximação direta do patrocinador com o público-alvo do projeto patrocinado, que não necessariamente se relacionem de forma direta com o objeto do patrocínio;

c) social: ações de inclusão social de grupos específicos, campanhas de utilidade pública e fomento a práticas de promoção, apoio e desenvolvimento do convívio social, da integração comunitária, acesso à cultura, ao desporto e ao lazer;

d) ambiental: iniciativas que visem ao desenvolvimento do meio ambiente e que remetam o patrocinador à imagem de organização socialmente responsável.

VII – contrato de patrocínio: instrumento formal que ajusta o conjunto de direitos, responsabilidades e obrigações decorrentes de relação jurídica estabelecida formalmente entre patrocinador e patrocinado, para concessão de patrocínio.

§ 1º As contrapartidas previstas no inciso VI deste artigo visam a uma melhor negociação dos projetos de patrocínio, por meio da rentabilização dos investimentos feitos pelos órgãos da Administração Pública ou entidades de Administração Indireta do Município, para o que fica criado o Banco de Contrapartidas, que consiste no rol mínimo e exemplificativo de contrapartidas possíveis, que um projeto de patrocínio deve ofertar ao patrocinador, nos termos do Anexo I desta Lei.

§ 2º Para fins de concessão de patrocínio, o projeto deverá contemplar, no mínimo, duas modalidades de contrapartida das indicadas no inciso VI deste artigo, com duas ações ou iniciativas específicas contempladas para cada uma, na forma do Anexo I desta Lei, exceto no caso de contrapartida de imagem, por meio da divulgação ou aplicação de imagem institucional, símbolos oficiais ou logomarcas, hipótese em que deverão ser apresentadas, no mínimo, dez contrapartidas específicas.

Art. 3º Não serão considerados patrocínio, para os fins desta Lei:

I – a cedência gratuita de recursos humanos;



Município de Taquari

Estado do Rio Grande do Sul

- II – a destinação de materiais, bens, produtos ou serviços;
- III – qualquer tipo de doação;
- IV – projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação, com entrega em espaços publicitários;
- V – a permuta de materiais, produtos ou serviços pela divulgação do conceito de posicionamento e/ou exposição de símbolos oficiais ou logomarcas;
- VI – o aporte financeiro a projeto de transmissão de evento executado por veículos de comunicação e/ou divulgação;
- VII – a ação compensatória decorrente de obrigação legal do patrocinador;
- VIII – a simples ocupação de espaço e/ou montagem de estande, sem direito à divulgação de produtos, serviços, marcas, conceitos e programas do patrocinador ou de políticas públicas associadas ao evento;
- IX – a ação promocional executada pelo próprio patrocinador com o objetivo de divulgar ou promover imagem institucional, símbolos oficiais, logomarca e/ou produtos e serviços, programas e políticas de atuação junto a públicos de interesse.

Art. 4º É vedada a concessão de patrocínio por órgão da Administração Pública ou entidade de Administração Indireta do Município quando o projeto:

- I – for de interesse exclusivo de pessoas físicas ou de pessoas jurídicas de direito privado com finalidade lucrativa;
- II – tiverem relação com entidade político-partidária ou de natureza religiosa;
- III – agredir o meio-ambiente, a saúde ou violar as normas de postura do Município;
- IV – utilizar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de agente público;
- V – se o objeto já tiver sido objeto de repasse de subvenção, auxílio ou contribuição por parte do Município, que ainda estiver em execução;

Art. 5º São impedidos de apresentar projeto de patrocínio a órgão da Administração Pública ou entidade de Administração Indireta do Município:

- I – servidores públicos municipais ou respectivas associações;
- II – pessoas jurídicas que explorem atividade econômica relacionada à organização e/ou realização de eventos, promoções, atividades publicitárias, editoriais ou similares, cuja finalidade seja a obtenção de lucro;



Município de Taquari

Estado do Rio Grande do Sul

III – pessoa jurídica de direito privado cujo titular, administrador, gerente, acionista, conselheiro, sócio ou associado seja Prefeito, Vice-Prefeito, Secretário Municipal, Vereador, servidor público municipal, ou respectivos cônjuges, parentes consanguíneos ou por afinidade até o segundo grau.

Capítulo II

Da Celebração do Contrato de Patrocínio

Art. 6º O patrocínio será formalizado por meio de contrato administrativo, em conformidade com a legislação de licitações e contratos administrativos.

§ 1º Os contratos de patrocínio serão realizados de acordo com o planejamento orçamentário e financeiro dos órgãos da Administração Pública ou das entidades de Administração Indireta do Município e observando os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, probidade administrativa, vinculação ao instrumento convocatório, julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

§ 2º Para celebração do contrato de patrocínio, o patrocinado deverá apresentar os documentos de habilitação jurídica, fiscal, trabalhista, técnica e econômica financeira de que tratam os arts. 28 a 31 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

Art. 7º A celebração do contrato de patrocínio dependerá das seguintes providências pelo patrocinador:

I – justificativa formal para que o patrocínio seja concedido, com emissão de parecer de órgão técnico da administração pública, que deverá pronunciar-se, de forma expressa, acerca dos critérios utilizados para a respectiva concessão;

II - indicação expressa da existência de prévia dotação orçamentária para execução do patrocínio;

III – demonstração de que os objetivos e finalidades institucionais e a capacidade técnica e operacional do patrocinado foram avaliados e são compatíveis com o objeto;

IV - aprovação do projeto de patrocínio;

V – emissão de parecer jurídico do órgão de assessoria ou consultoria jurídica da administração pública acerca da possibilidade de concessão do patrocínio.



Município de Taquari

Estado do Rio Grande do Sul

Art. 8º O contrato de patrocínio deverá estipular a obrigação de uso de símbolos oficiais e/ou logomarca do patrocinador, além das contrapartidas assumidas, aplicando-se, quanto às suas cláusulas essenciais, o disposto no art. 55 da Lei nº 8.666/1993.

Capítulo III

Da Prestação de Contas do Contrato de Patrocínio

Art. 9º O patrocinado fica obrigado a prestar contas do patrocínio recebido, mediante comprovação da realização do projeto de patrocínio e do cumprimento das contrapartidas previstas no contrato.

Art. 10. Cabe ao patrocinador avaliar o alcance dos objetivos do patrocínio, bem como os resultados gerados em relação aos símbolos oficiais e/ou logomarca, bem como a produtos e serviços, programas e políticas de atuação do patrocinador, por meio de critérios objetivos que considerem:

- I – os objetivos de comunicação social;
- II – a natureza e a diversidade das ações previstas;
- III – o público-alvo;
- IV – as diretrizes e estratégias do patrocinador;
- V – o volume de recursos despendidos com o patrocínio.

Capítulo IV

Das Disposições Finais

Art. 11. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

GABINETE DO PREFEITO MUNICIPAL DE TAQUARI, 11 de janeiro de 2023.

André Luís Barcellos Brito
Prefeito Municipal

Registre-se e Publique-se

Adair Alberto Oliveira de Souza
Secretário Municipal da Fazenda



Município de Taquari

Estado do Rio Grande do Sul

ANEXO I

Banco de Contrapartidas

1. Contrapartidas de imagem

1.1. A imagem institucional, símbolos oficiais ou logomarca poderá ser aplicada ou divulgada em:

- Adesivos;
- Backdrop de entrevistas;
- Bandeiras e Bandeirolas;
- Banners;
- Blimps;
- Blocos de anotação;
- Box Truss;
- Camisetas em geral;
- Canetas;
- Cartazes;
- Catálogos;
- Convites;
- Crachás de trabalho do staff;
- Credenciais;
- E-mail marketing;
- Envelopes;
- Estande;
- Faixas;
- Folders;
- Ingressos;
- Mídia de divulgação do evento;
- Mídia externa (outdoor, busdooret);
- Naming Right;
- Narração pelo locutor oficial do evento;
- Números de peito (competições esportivas);



Município de Taquari

Estado do Rio Grande do Sul

- Painéis;
- Palcos;
- Panfletos;
- Pastas;
- Pen drives;
- Placas de sinalização;
- Pórticos de entrada;
- Press Kit;
- Programas e Programetes;
- Redes Sociais;
- Releases de divulgação à imprensa;
- Sacolas;
- Site;
- Telão;
- Testeiras (palco, estande etc);
- Totens;
- Troféus;
- Uniformes em geral;
- Veículos oficiais do evento;
- Vinhetas de abertura de encerramento dos eventos.

1.2. Direitos ofertados ao patrocinador como forma direta de associação à iniciativa a ser patrocinada, que também se configuram como contrapartidas de imagem, como:

- Citação do patrocinador na abertura e encerramento do projeto;
- Citação do patrocinador nos releases enviados à imprensa;
- Direito a colocação de banners do patrocinador;
- Direito a colocação de placas do patrocinador;
- Direito a exibição de filme institucional e/ou publicitário do patrocinador;
- Direito a inclusão de material promocional e/ou publicitário do patrocinador nos kits do público alvo do projeto;
- Direito a instalação de balões blimps do patrocinador;



Município de Taquari

Estado do Rio Grande do Sul

- Direito ao uso de imagens relativas ao projeto em campanhas de divulgação institucional e/ou publicitária do patrocinador, inclusive em seu site na internet.

2. Contrapartidas negociais

- Cessão de camisetas em geral;
- Cessão de convites, ingressos, inscrições e/ou cortesias;
- Cessão de direito para instalação de estande do patrocinador no local do evento;
- Cessão de espaço para realização de ações promocionais, pelo patrocinador;
- Cessão de livros, catálogos, CDs e outros materiais produzidos em decorrência do patrocínio;
 - Cessão de *mailing list* dos participantes do evento;
 - Cessão de uniformes em geral;
 - Direito a indicar palestrante e/ou participante no evento (seminários, prêmios, debates etc);
 - Direito ao patrocinador convidar atletas e/ou celebridades, que patrocina, para ações de relacionamento com o público alvo do projeto;
 - Direito de utilização das dependências ou sede do patrocinado para realização de eventos do patrocinador;
 - Realização de visitas guiadas para convidados do patrocinador.

3. Contrapartidas sociais

3.1. Ações que visem inclusão social, tais como:

- Adesão/apoio de atletas e/ou celebridades a campanhas de utilidade pública (combate à violência doméstica, homofobia, racismo, trabalho infantil etc);
- Apoio a campanhas de utilidade pública (combate ao mosquito *Aedes aegypti*, doação de medula óssea, por exemplo);
- Linguagem Brasileira de Sinais (para deficientes auditivos) e Áudio Descrição e Braile (para deficientes visuais);
- Cessão de convites, ingressos, credenciais e/ou inscrições a pessoas sem situação de risco socioeconômico, selecionadas pela assistência social do Município;
- Contratação de pessoas com deficiência;



Município de Taquari

Estado do Rio Grande do Sul

- Doações a instituições de caridade;
- Gratuidade ou desconto nos ingressos para grupos da sociedade (idosos, estudantes, pessoas com necessidades especiais etc.);
- Incentivo ao trabalho voluntariado;
- Ingressos a preços populares;
- Utilização de softwares de código aberto.

4. Contrapartidas ambientais

- Adoção de iniciativas para orientação do descarte consciente (de pilhas, material gráfico, material eletrônico etc.);
- Compensação da “pegada” de carbono produzido pela realização do projeto;
- Confecção de material gráfico em papel certificado/reciclado;
- Distribuição de mudas para reflorestamento;
- Doações de material a instituições de reciclagem de material;
- Inserção de frase alusiva à preservação do meio ambiente no material de divulgação do projeto;
- Utilização de técnicas de captação e reaproveitamento da água da chuva;
- Utilização de técnicas de economia de energia.



Município de Taquari

Estado do Rio Grande do Sul

Exp. de Motivos nº 001/2023

Taquari, 03 de janeiro de 2023.

Senhor Presidente:

Ao saudá-lo cordialmente, servimo-nos do presente para encaminhar Projeto de Lei que, visa disciplinar a concessão de patrocínio no âmbito da Administração Direta e Indireta do Município de Taquari/RS, vislumbrando-se interesse em estabelecer relação jurídica apta a ensejar retorno financeiro, reforço de marca, ou desenvolvimento institucional à municipalidade, através de ação/investimento em um determinado objeto (evento).

Primeiramente, deve-se destacar que o patrocínio não constitui um mero serviço de publicidade. Este se distingue daquele pelo vínculo íntimo entre a imagem do contratante e do contratado, atributo que marca o patrocínio (BAUSILIO, 2014, p. 499). Outro traço distintivo importante é que, nos serviços, o contratado desenvolve a atividade de maneira profissional, enquanto, no patrocínio, o patrocinado atua em ramo diverso da atividade publicitária (FERRETI, 2009, pp. 6-7). É certo, assim, que serviços de publicidade contratados pela Administração Pública têm inequivocamente contornos e características típicas de um contrato administrativo genérico de prestação de serviços. O mesmo, contudo, não se pode afirmar quanto ao patrocínio.

A consecução da finalidade de interesse público é inerente a toda a atividade administrativa. O interesse público, assim, a um só tempo, guia e baliza a atuação da Administração para determinado fim, orientando-a e limitando-a.

Nesse sentido, é lícito, ao administrador, patrocinar iniciativas privadas de interesse público em áreas consideradas socialmente relevantes pela Constituição e, por isso, merecedoras da propulsão estatal. Tais áreas incluem o turismo, o meio ambiente, a cultura, o desporto, o lazer, a pesquisa, a ciência e tecnologia, entre outras. O patrocínio estatal como instrumento de fomento social, na verdade, tem por fundamento permitir a realização de eventos ou a consecução de atividades privadas de interesse geral e social que estariam inviabilizadas caso não houvesse a concorrência de recursos públicos para o seu financiamento.

Desta forma, em se considerando a indispensabilidade de se legislar sobre a matéria; e em se considerando o interesse público que permeia a promoção de eventos em que o nome da Cidade figure nos cenários, estadual, nacional e internacional; urge a necessidade de se instituir-se normativa própria que regulamente o alcance de eventual patrocínio, quando necessário e dentro dos ditames dos princípios básicos que regem o direito administrativo.



Município de Taquari

Estado do Rio Grande do Sul

Limitados ao exposto, esperamos contar com a habitual atenção dos nobres Edis, visando à aprovação do projeto de lei em tela.

Atenciosamente.

André Luís Barcellos Brito
Prefeito Municipal

Excelentíssimo Senhor

Leandro da Rosa

DD. Presidente da Câmara de Vereadores

Taquari – RS.