



LEI MUNICIPAL Nº 4.883, de 11 de março de 2026

DISPÕE SOBRE A CONCESSÃO DE PATROCÍNIO PELO MUNICÍPIO DE SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

JOÃO MARCOS DUARTE GUARÁ, Prefeito Municipal de São Sebastião do Caí.

FAÇO SABER que a Câmara Municipal aprovou e eu, no uso das atribuições que me confere a Lei Orgânica do Município, sanciono a seguinte

LEI:

CAPÍTULO I

Disposições Preliminares

Art. 1º Esta Lei disciplina a concessão de patrocínio pelo Município de São Sebastião do Caí.

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 que, no exercício de suas competências, funções ou atividades, justificadamente, constatar a conveniência e a oportunidade de patrocinar iniciativa de terceiro;

III - patrocinado: pessoa 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 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/cultural: ações de inclusão social ou cultural de grupos específicos, campanhas de utilidade pública e fomento a práticas de promoção, apoio e desenvolvimento do convívio social e cultural, 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, 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, 02 (duas) modalidades de contrapartida das indicadas no inciso VI deste artigo, com 02 (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, 05 (cinco) contrapartidas específicas.

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

I - a cedência gratuita de recursos humanos;

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 - 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 quando o projeto:

I - for de interesse exclusivo de pessoas jurídicas de direito privado com finalidade lucrativa;

II - tiver 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;

VI - pleitear recursos públicos, sob a forma de Projeto de Patrocínio, em montante que iguale ou supere o custo total da iniciativa a ser patrocinada.

Art. 5º São impedidos de apresentar projeto de patrocínio junto ao 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;

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

CAPÍTULO II

Da Habilitação ao Patrocínio

Art. 6º Os contratos de patrocínio serão, como via de regra, precedidos de processo seletivo público, a ser realizado de acordo com o planejamento orçamentário e financeiro da administração, que





conterá o prazo, as condições e os documentos de habilitação para as entidades interessadas em obter patrocínio do Município em eventos de interesse público.

Parágrafo único. Será considerado inexigível o processo seletivo público de que trata este artigo na hipótese de inviabilidade de competição entre projetos, em razão da natureza singular do objeto patrocinado, o que deverá ser formalmente justificado pela Administração Pública.

Art. 7º A realização do processo seletivo público de que trata o art. 6º desta Lei realizar-se-á por meio da publicação de edital direcionado às pessoas jurídicas interessadas em apresentar projetos de patrocínio que deverão apresentar, no mínimo, os seguintes documentos:

I - Proposta de patrocínio;

II - Certidão do registro e arquivamento dos atos constitutivos da instituição no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas ou Junta Comercial do Estado;

III - Ata ou outro documento formal de designação da diretoria em exercício;

IV - Apresentação do estatuto, regulamento ou compromisso da instituição, devidamente registrados em cartório;

V - Cópia do Registro Geral (RG) e Cadastro de Pessoa Física (CPF) do representante legal da instituição, responsável pela assinatura do contrato de patrocínio;

VI - Alvará de funcionamento da instituição;

VII - Prova de regularidade com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal, mediante a apresentação das respectivas certidões;

VIII - Certidão negativa de débito junto ao Instituto Nacional de Seguridade Social;

IX - Certidão de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço;

X - Cópia do cartão do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ;

XI - Declaração de que o evento não tem fins lucrativos;

XII - Outros, que a Administração Pública entender necessários em razão dos objetivos do evento.

§ 1º A pessoa jurídica patrocinada deverá manter durante toda a execução do contrato de patrocínio, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas para celebração do ajuste.

§ 2º O edital de abertura do processo seletivo público, como prazo de apresentação de propostas não inferior a 30 (trinta) dias, deverá ser publicado no *site* do Município.

Art. 8º Somente a pessoa jurídica que detiver a responsabilidade legal pela iniciativa e realização





do projeto poderá apresentar a proposta de patrocínio.

Art. 9º As propostas de patrocínio serão avaliadas por uma comissão constituída por 3 (três) servidores designados pelo Prefeito, com base nos seguintes critérios:

I - o objeto do patrocínio deverá observar o disposto nos arts. 2º a 5º desta Lei;

II - a credibilidade, experiência prévia e capacidade gerencial do patrocinado em realizar o evento;

III - a contribuição do evento para o desenvolvimento socioeconômico do Município e o impacto social positivo gerado;

IV - a viabilidade técnico-financeira do evento, conforme análise da proposta de patrocínio e da coerência entre objetivos, metas e custos;

V - os resultados previstos com a realização do evento, especialmente os indicadores de alcance, engajamento e repercussão local;

VI - a originalidade, inovação e relevância cultural, educacional, esportiva ou social da proposta.

§ 1º A composição, organização e funcionamento da comissão, bem como a definição dos pesos, pontuações e instrumentos de avaliação de cada critério, serão estipulados em regulamento decreto municipal.

§ 2º É vedada a participação, junto a comissão de seleção prevista no *caput*, de servidores que, nos últimos anos, tenham mantido vínculo jurídico relevante com as entidades proponentes.

Art. 10. Em sendo aprovada a proposta de patrocínio pelo Poder Executivo, a entidade beneficiária será convocada a assinar o respectivo contrato de patrocínio.

CAPÍTULO III

Da Celebração do Contrato de Patrocínio

Art. 11. Os contratos de patrocínio deverão ser escritos e constar, essencialmente, os seguintes itens:

I - qualificação das partes e seus representantes;

II - a descrição do objeto pactuado;

III - as obrigações das partes, especialmente aquelas ligadas às contrapartidas assumidas, bem como a obrigatoriedade de uso dos símbolos oficiais e/ou logomarca do patrocinador;

IV - o valor do repasse e o cronograma de desembolso;

V - a dotação orçamentária da despesa;





VI - a contrapartida e a forma de execução e aferição em bens e/ou serviços necessários à execução desta;

VII - o período de vigência e as hipóteses de eventual prorrogação;

VIII - a obrigação de prestar contas;

IX - a obrigação do patrocinado no sentido de executar o projeto proposto com estrita observância às cláusulas pactuadas e a Proposta de Patrocínio por ele mesmo apresentada, sendo vedada a utilização dos recursos para pagamento de despesas diversas das previstas na respectiva proposta;

X - a responsabilidade exclusiva do patrocinado pelo pagamento dos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais relacionados à execução do objeto previsto no Contrato de Patrocínio;

XI - as condições para liberação das parcelas previstas no cronograma de desembolso constante na Proposta de Patrocínio apresentada;

XII - o livre acesso dos agentes da Administração Pública Municipal, do Controle Interno e dos órgãos de controle aos documentos e às informações referentes aos instrumentos de transferências regulamentados por esta lei, bem como aos locais de execução do objeto;

XIII - a faculdade de os partícipes rescindirem o instrumento antes do recebimento dos recursos alcançados pelo patrocinador, com as respectivas condições, sanções e delimitações claras de responsabilidades;

XIV - a indicação do foro para dirimir as dúvidas decorrentes da execução do projeto, que deverá ser o Foro da Administração, estabelecendo a obrigatoriedade da prévia tentativa de solução administrativa, com a participação de órgão encarregado de assessoramento jurídico integrante da estrutura da Administração Pública Municipal.

CAPÍTULO IV

Da Prestação de Contas do Contrato de Patrocínio

Art. 12. No prazo de 45 (quarenta e cinco) dias do término de vigência do Contrato de Patrocínio, o patrocinado deverá prestar contas do seguinte:

I - Aplicação dos recursos;

II - Ações realizadas para cumprimento do objeto do patrocínio;

III - Resultados atingidos com a realização do patrocínio.

Art. 13. 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 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.

Art. 14. O patrocinado que não prestar contas no prazo assinalado e/ou que não atender as exigências completamente, ficará impedido de obter patrocínio até ulterior regularização.

Parágrafo único. A não comprovação da aplicação dos recursos, total ou parcialmente, nos prazos estipulados poderá implicar na:

- I - devolução do valor integral ou parcial do patrocínio, corrigido monetariamente e com juros legais;
- II - aplicação das sanções administrativas e penais cabíveis.

CAPÍTULO V

Das Disposições Finais

Art. 15. O patrocínio contratado não obriga o Município a patrocinar edições futuras do mesmo evento ou proponente, bem como novas tiragens de produtos.

Art. 16. As despesas decorrentes desta Lei correrão por conta de dotações orçamentárias vigentes.

Art. 17. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Gabinete do Prefeito Municipal de São Sebastião do Caí, aos 11 dias do mês de março de 2026.

JOÃO MARCOS DUARTE GUARÁ
Prefeito Municipal

Registre-se.

Publique-se.





ANEXO I

BANCO DE CONTRAPARTIDAS

Modalidade 01 - Contrapartidas de imagem

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

Adesivos;
Banners;
Camisetas em geral;
Cartazes;
Convites;
Estande;
Faixas;
Folders;
Ingressos;
Mídia de divulgação do evento;
Narração pelo locutor oficial do evento;
Painéis;
Palcos;
Panfletos;
Pastas;
Pórticos de entrada;
Redes Sociais;
Releases de divulgação à imprensa;
Site;
Telão;
Totens;
Troféus;
Uniformes em geral.





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

Modalidade 02 - 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 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.

Modalidade 03 - Contrapartidas sociais/culturais

- Apoio a campanhas de utilidade pública;
- Linguagem Brasileira de Sinais e Áudio Descrição e Braile;
- Cessão de convites, ingressos, credenciais e/ou inscrições a pessoas em situação de risco





socioeconômico, selecionadas pela assistência social do Município;
Contratação de pessoas com deficiência;
Doações a instituições de Assistência Social;
Gratuidade ou desconto nos ingressos para grupos da sociedade (idosos, estudantes, pessoas com necessidades especiais etc.);
Ingressos a preços populares;
Apresentação, de forma gratuita, de grupos culturais em eventos do Município;
Ensaios abertos;
Oficinas culturais nas escolas do Município.

Modalidade 04 - Contrapartidas ambientais

Adoção de iniciativas para orientação do descarte consciente;
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 economia de energia.

