



ESTADO DO AMAPÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA
PRESIDÊNCIA

LEI Nº 1.339/2020-CMS
(Autor: Vereador Genival Oliveira)

**CONSOLIDA A LEGISLAÇÃO SOBRE A
DESTINAÇÃO E O RECEBIMENTO DE
PATROCÍNIO DO PODER PÚBLICO A
EVENTOS REALIZADOS NO MUNICÍPIO DE
SANTANA, DE INICIATIVA DE TERCEIROS,
E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.**

A PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA,
nos termos do disposto no § 7º, do artigo 30, da Lei Orgânica Municipal, promulga
a seguinte lei:

Seção I
Do Patrocínio

Art. 1º 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 Direta ou Indireta do Município que, no exercício de suas competências, funções ou atividades, justificadamente, constatar 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 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;

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.



ESTADO DO AMAPÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA
PRESIDÊNCIA

Art. 2º O patrocínio a eventos de interesse público do Município, como festivais, congressos, feiras, seminários, festas carnavalescas, competições esportivas e outros que geram desenvolvimento socioeconômico, será regulado por esta Lei.

§1º O Poder Executivo poderá atuar como patrocinador em eventos de interesse público do Município, realizados por terceiros, ou como beneficiário, quando houver interesse de particulares em alocar recursos na realização de eventos públicos.

§2º Não serão objeto de patrocínio concedido pelo Poder Público Municipal os seguintes eventos:

I – que não possuem interesse público, realizadas por pessoas físicas e jurídicas de direito, privado com fins lucrativos.

II – organizados por servidores públicos municipais ou respectivas associações;

III – relacionados com interesse exclusivo de entidades político-partidárias ou religiosas; e

IV – que agredam o meio ambiente, a saúde e violem as normas de posturas do Município.

§3º O Município não patrocinará iniciativas de pessoas jurídicas que explorem a organização ou realização de eventos, promoções, atividades publicitárias, como atividade principal e cuja finalidade seja a obtenção de lucro.

§4º O Município não patrocinará eventos organizados por pessoas jurídicas de direito privado cujo titular, administrador, gerente, acionista, sócio seja servidor público ou agente político municipal, incluindo-se Vereadores, seus cônjuges ou parentes, consanguíneos ou por afinidade, até o segundo grau.

Art. 3º Para fins do disposto nesta Lei, considera-se patrocínio toda a transferência gratuita, em caráter definitivo, ao requerente, de recurso para a realização de evento.

§1º São formas de patrocínio:

I – o repasse financeiro de valores;

II – a concessão de uso de bens móveis e imóveis; e

III – a contratação de prestação de serviço para o evento;

§2º Não são consideradas ações de patrocínio:

I – doações: cessão gratuita de recursos humanos, materiais, bens e produtos;

II – permutas ou apoios: troca de materiais, produtos ou serviços por divulgação de conceito e/ou exposição de marca;

III – projetos de transmissão de eventos esportivos, culturais, informativos ou de entretenimento, comercializados por veículos de comunicação; e



IV – criação, manutenção e divulgação de sites na internet e de softwares.

Seção II

Da Habilitação das Entidades Privadas ao Patrocínio concedido pelo Município

Art. 4º O Poder Executivo publicará edital de chamamento público informando o prazo, as condições e os documentos de habilitação para as entidades interessadas em obter patrocínio do Município em eventos de interesse público.

Art. 5º As entidades interessadas em obter patrocínio do Município deverão abrir conta bancária específica para a movimentação dos recursos e comprovar a sua regularidade jurídica e fiscal, mediante apresentação dos seguintes documentos:

- a) certidão do registro e arquivamento dos atos constitutivos da entidade no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas ou Junta Comercial do Estado;
- b) ata ou outro documento formal de designação da diretoria em exercício;
- c) apresentação do estatuto, regulamento ou compromisso da entidade, devidamente registrados em cartório;
- d) cópia autenticada do Registro Geral (RG) e Cadastro de Pessoa Física (CPF) do representante legal da entidade, responsável pela assinatura do contrato de patrocínio;
- e) alvará de funcionamento da entidade;
- f) no caso de entidade de utilidade pública ou de interesse público, comprovação da qualificação, através de certificado ou declaração de que, na área de sua atuação, é reconhecida por órgão ou entidade federal ou estadual, nos termos da legislação pertinente;
- g) prova de regularidade com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal, mediante a apresentação das respectivas certidões;
- h) certidão negativa de débito junto ao Instituto Nacional de Seguridade Social;
- i) certidão de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço; e,
- j) cópia do cartão do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ.
- k) declaração de que o evento não tem fins lucrativos;
- l) formulário de Solicitação de Patrocínio, conforme modelo constante em regulamento e decreto municipal; e
- m) outros, que a Administração Pública entender necessários em razão dos objetivos do evento.



ESTADO DO AMAPÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA
PRESIDÊNCIA

Parágrafo Único. A entidade patrocinada deverá manter durante toda execução do contrato de patrocínio as obrigações por ele assumidas, bem como, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas para celebração do ajuste.

Art. 6º Só serão admitidos os pedidos de patrocínio apresentados pelas pessoas jurídicas que detenham – isolada ou conjuntamente – a responsabilidade legal pela iniciativa do evento.

Art. 7º Os pedidos serão avaliados por uma comissão constituída por 03 (três) servidores designados pelo Prefeito, com base nos seguintes critérios:

I – o objeto do evento não poderá contrariar o disposto no art. 1º desta Lei;

II – a credibilidade e capacidade gerencial do patrocinado em realizar o evento;

III – a contribuição do evento para o desenvolvimento socioeconômico do Município e o impacto social;

IV – viabilidade técnico financeira do evento; e

V – resultados previstos com a realização do evento.

Parágrafo Único. A composição, a organização e o funcionamento da comissão serão estipulados e definidos em regulamento e decreto municipal.

Art. 8º Nos eventos patrocinados pelo Município, o Poder Público fará a divulgação dos atos, programas, obras, serviços e campanhas que entender pertinente, observadas as disposições do art. 37, §1º, da Constituição Federal.

Art. 9º Em sendo aprovada a solicitação de patrocínio pelo Poder Executivo, a entidade beneficiária será convocada a assinar o respectivo contrato de patrocínio.

Art. 10. O repasse dos valores obedecerá o cronograma de desembolso constante do contrato de patrocínio.

Art. 11. O Poder Executivo designará 2 servidores públicos para atuarem como fiscais na aplicação dos recursos concedidos a título de patrocínio.

Seção III

Da Prestação de Contas dos Patrocínios Públicos

Art. 12. O patrocinado que receber recursos financeiros, a título de patrocínio, do Município para realização de evento está obrigado a prestar contas do valor recebido, no prazo máximo de 60 (sessenta) dias contados:

I – do prazo final para a aplicação de cada parcela, quando o objeto do contrato de patrocínio for executado em etapas, hipótese em que a prestação de contas de etapa anterior é condição necessária para a liberação da etapa seguinte, conforme período e condições determinados no termo de convênio;



ESTADO DO AMAPÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA
PRESIDÊNCIA

II – do prazo final para conclusão do objeto, quando o contrato de patrocínio for executado em uma única etapa;

III – da formalização da extinção do contrato de patrocínio, se esta ocorrer antes do prazo previsto no termo; e

IV – da aplicação da última parcela, quando deverá comprovar a conclusão do objeto.

Parágrafo Único. A prestação de contas, referida no caput, deverá também ser enviada à Câmara de Vereadores, preferencialmente por meio eletrônico.

Art. 13. A prestação de contas formará processo administrativo próprio e conterà os seguintes documentos, ou outro instrumento que vier a substituí-lo:

I – ofício ou carta de encaminhamento, dirigido à autoridade máxima do órgão ou entidade municipal, onde constem os dados identificadores do contrato de patrocínio;

II – cópia do contrato de patrocínio e respectivas alterações;

III – Plano de Trabalho;

IV – relatório da execução físico-financeira, evidenciando as etapas físicas e os valores correspondentes à conta de cada contratante;

V – demonstrativo da execução da receita e da despesa do contrato;

VI – relação de pagamentos, evidenciando o nome do credor, o número e valor do documento fiscal e/ou equivalente, em ordem cronológica e classificados em materiais e serviços, acompanhada das respectivas notas fiscais e recibos, na via original;

VII – relação dos bens adquiridos, produzidos ou construídos à conta do contrato de patrocínio, indicando o seu destino final, quando estabelecido no contrato, se houver;

VIII – extrato da conta bancária vinculada, desde o recebimento do primeiro depósito até o último pagamento, a movimentação dos rendimentos auferidos da aplicação financeira e a respectiva conciliação bancária, se houver;

IX – demonstrativo do resultado das aplicações financeiras que se adicionarem aos recursos iniciais com os respectivos documentos comprobatórios, se houver;

X – comprovantes de recolhimento dos saldos não utilizados, inclusive rendimentos financeiros, à conta do erário municipal;

XI – outros documentos expressamente previstos no termo de contrato de patrocínio;

XII – todos os patrocinados deverão apresentar junto ao Poder Executivo Municipal, os seguintes documentos, objetivando atestar a realização integral do projeto e o cumprimento de todas as contrapartidas estipuladas:

a) clipping de todas as matérias que veicularam o projeto (jornais, revistas, internet, rádio e TV);

b) exemplar de cada peça promocional produzida para o projeto, previamente aprovado pela Secretaria Municipal de Comunicação;

c) exemplar de cada produto gerado (Ex.: livros, CDs, DVDs, etc.);



ESTADO DO AMAPÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA
PRESIDÊNCIA

d) fotos do projeto e/ou da ação impressas. O responsável pelo projeto/ação deverá registrar o seu andamento até a sua conclusão em, no mínimo, 10 (dez) fotografias, com a descrição das imagens; e

e) relatório que conste os objetivos propostos e alcançados (resultado qualitativo), principais metas propostas alcançadas (resultado quantitativo), público previsto e alcançado e perfil do público atingido (quantidade de crianças, adolescentes, adultos).

Seção IV

Do Patrocínio Privado a Eventos Públicos

Art. 14. Os eventos de interesse públicos realizados pelo Município poderão receber patrocínio de pessoas jurídicas de direito privado.

Art. 15. O recebimento, pelo Poder Executivo, de patrocínio de pessoas jurídicas de direito privado, com ou sem fins lucrativos, será mediante a publicação de edital de chamada pública de patrocinadores.

Parágrafo Único. O edital conterá, no mínimo, a data de realização do evento, as formas e condições de patrocínio.

Art. 16. É permitida a divulgação dos patrocinadores de eventos públicos, por áudio ou mídia impressa, nos espaços disponíveis e previamente definidos pela Secretaria Municipal de Comunicação.

§1º Para os patrocínios de valores equivalentes, a divulgação dos apoiadores do evento se dará de igual forma, no mesmo espaço de tempo, se ocorrer por áudio, ou com ocupação de espaço físico de igual tamanho, se for mídia impressa.

§2º Não poderá haver tratamento diferenciado aos patrocinadores e destinação de espaço para mídia diferenciada.

§3º A definição e fiscalização da aplicação da marca do Município ficará a cargo da Setor de Comunicação do Município.

Seção V

Das Contrapartidas para o Município

Art. 17. Todos os projetos, incentivados ou não, deverão apresentar as propostas de contrapartidas oferecidas ao Município de Santana de forma detalhada e com cotas explícitas. De acordo com a especificidade do projeto proposto e com a cota a ser patrocinada, as contrapartidas deverão ser:

I – a ampla divulgação do Município de Santana com a inserção da logomarca, de forma padronizada, em todas as peças promocionais de divulgação do projeto, peças gráficas (folders, banners, cartazes, etc.), releases de imprensa,



ESTADO DO AMAPÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA
PRESIDÊNCIA

peças de comunicação para mídia eletrônica, mídias digitais, sites, CDs, DVDs, dentre outras possibilidades;

II – veiculação da logomarca em todos os exemplares físicos e digitais;

III – citação do patrocínio recebido em todas as entrevistas concedidas;

IV – exibição de vídeo institucional, quando for o caso, a ser fornecido pelo Município de Santana;

V – nos projetos em que, na contrapartida, houver cessão de estande, obrigatoriamente, os custos de montagem, desmontagem e ambientação, deverão estar inclusos no valor do patrocínio, com layout e mobiliários personalizados a serem especificados pela Secretaria Municipal de Comunicação. O tamanho da área cedida deverá ser proporcional ao valor do patrocínio e sua utilização será acordada previamente entre as partes;

VI – disponibilização de convites e/ou credenciais, quando for o caso, em número a ser acordado; e

VII – todas as despesas atinentes às contrapartidas oferecidas ao Município ficarão a cargo do patrocinado.

Seção VI **Das Disposições Gerais**

Art. 18. As especificações para a aplicação das logomarcas deverão ser rigorosamente observadas pelo proponente, não podendo o mesmo utilizá-las sem prévia e expressa autorização, nem sem o devido acompanhamento por parte da patrocinadora. O material deverá ser previamente encaminhado ao Setor de Comunicação do Município de Santana para análise e, somente após a aprovação, será permitida a produção de peças gráficas.

Art. 19. Caso haja contestação de terceiros em relação a qualquer questão e, em especial, propriedade intelectual, o proponente ficará responsável civil e criminalmente, isentando o Município de Santana de qualquer responsabilidade.

Art. 20. O deferimento ou não dos projetos fica a critério único e exclusivo do Município de Santana, não cabendo recursos ou reclamações posteriores aos proponentes não atendidos.

Art. 21. Caso seja constatada alguma divergência nas informações bancárias prestadas pelo proponente, o pagamento ficará suspenso, sem que o Município de Santana incorra em qualquer penalidade ou custo, até que as informações corretas sejam repassadas pelo proponente.

Art. 22. No valor do patrocínio estão incluídos todos os custos diretos e indiretos do proponente, sua administração, imprevistos, encargos fiscais, sociais e previdenciários, sem a estes se limitarem, não sendo devido pelo Município de Santana nenhum outro valor, sob nenhuma hipótese.



ESTADO DO AMAPÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA
PRESIDÊNCIA

Art. 23. O proponente deverá possuir a autoria ou ser o único titular dos direitos autorais patrimoniais do projeto, responsabilizando-se judicialmente e/ou extrajudicialmente pelas informações prestadas ao Município de Santana.

Art. 24. Não sendo o titular do direito autoral e ou patrimonial, o proponente obriga-se a obter todas as autorizações e cessões de direitos de terceiros necessárias para a proposição e realização do projeto, bem como a celebração do contrato, comprometendo-se, ainda, a obter a cessão por prazo indeterminado e a título gratuito, quando aplicável, de imagem e expressão oral dos artistas para divulgação em gravações, filmagens, sites, informativos, livros e em todos os meios de publicidade e divulgação que achar necessários.

Art. 25. O uso da marca fica restrito ao projeto patrocinado, não podendo ser utilizada em outras edições. O uso indevido da marca implicará em sanções legais. O patrocínio contratado não obriga o Município a patrocinar edições futuras do mesmo projeto ou proponente, bem como novas tiragens de produtos.

Art. 26. As despesas decorrentes da presente Lei correrão à conta de dotações orçamentárias próprias do Poder Executivo.

Art. 27. O Poder Executivo poderá regulamentar esta Lei, no que couber.

Art. 28. Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

Município de Santana, em 06 de julho de 2020.


HELENA PEREIRA DE LIMA

Presidente da CMS

Presidente / CMS

CPF nº 243.479.812-87