LEI Nº 1.663, DE 29 DE MAIO DE 2025.

AUTORIZA O PODER EXECUTIVO A PATROCINAR EVENTOS CULTURAIS, SOCIAIS, CONGRESSOS, FEIRAS, FESTAS COMUNITÁRIAS, DE LAZER E ESPORTIVOS, BEM COMO A RECEBER PATROCÍNIO DE INSTITUIÇÕES PARTICULARES EM EVENTOS PÚBLICOS.

O **PREFEITO DO MUNICÍPIO DE OURICURI, ESTADO DE PERNAMBUCO**, no uso das atribuições que lhe são conferidas pela Lei Orgânica Municipal, faz saber, que a Câmara aprovou e eu sanciono a presente Lei;

CAPÍTULO I
DAS DEFINIÇÕES

Art. 1º Fica o Poder Executivo autorizado a patrocinar eventos culturais, sociais, congressos, feiras, de lazer, esportivos, seminários, festas comunitárias, programas, bens e serviços e outros que fomentem o desenvolvimento socioeconômico, realizados pela iniciativa privada, bem como a receber patrocínio de instituições particulares em eventos públicos, nos termos desta lei.

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

I - patrocinador: o órgão ou entidade integrante da Administração Direta ou Indireta do Poder Executivo Municipal, pessoa física, pessoa jurídica que transfere

recursos para realização e/ou participação de eventos;

II – proponente/patrocinado: a pessoa física ou jurídica que detém titularidade sobre um projeto de patrocínio e pretende celebrar contrato com órgão ou entidade;

III - projeto de patrocínio: o documento de iniciativa de um proponente utilizado para apresentar proposta a potenciais patrocinadores contendo informações que detalhem uma ação, evento ou objeto a ser patrocinado, tais como justificativas, objetivos, características, públicos envolvidos, metodologias de execução, condições financeiras, cotas de participação, contrapartidas, dentre outras;

IV - contrato de patrocínio: o instrumento jurídico para formalização de acordo, condições e termos estabelecidos entre patrocinador e patrocinado, que descreve os direitos e as obrigações entre as partes, em decorrência de um patrocínio;

V - contrapartida: a obrigação contratual do patrocinado, em decorrência do patrocínio recebido, que expressa os direitos adquiridos pelo patrocinador do projeto, tais como:

a) divulgações da marca/nome do patrocinador e/ou de seus programas, produtos e serviços no âmbito do projeto patrocinado;

b) benefícios de natureza negocial oriundos do tipo de ação patrocinada;

c) permissão para atuação institucional e/ou mercadológica do patrocinador junto aos públicos envolvidos na ação patrocinada;

d) cota de convites, ingressos, credenciais e/ou liberação de acessos

virtuais, dentre outros, destinados ao público de interesse do patrocinador;

e) autorização para uso de nomes, marcas, símbolos, slogans, conceitos e imagens da ação patrocinada, pelo patrocinador;

f) adoção pelo patrocinado de práticas voltadas ao desenvolvimento social e ambiental, dentre outras passíveis de negociação.

Parágrafo único. A aplicação da marca/nome do patrocinador em materiais promocionais ou em peças de divulgação da ação patrocinada configura dever mínimo do patrocinado e direito básico do patrocinador.

Art. 3º O patrocínio poderá ser concedido para uma ou várias pessoas, físicas ou jurídicas, conforme o interesse público devidamente justificado.

§1º O patrocínio ou apoio poderá ser parcial ou integral do evento ou ações específicas de interesse público do Município.

§2º O Poder Executivo Municipal poderá atuar como patrocinador do evento de interesse público do Município, realizados por terceiros, ou como beneficiário, quando houver interesse de particulares em alocar recursos na realização de eventos públicos.

§3º Não serão objeto de patrocínio concedido pelo Poder Executivo Municipal os eventos:

I - organizados por servidores públicos municipais, estaduais ou federais ou pelas respectivas associações;

II - relacionados a entidades político-partidárias ou religiosas;

III - que agridam o meio ambiente, a saúde ou violem normas de posturas do Município;

IV - de iniciativa de pessoas jurídicas que explorem atividades unicamente comerciais ou promocionais, sem relevante interesse público;

V - organizados por pessoas jurídicas de direito privado que possuam em sua diretoria servidor público municipal ou agente político municipal, incluindo-se vereadores, seus cônjuges ou parentes, consanguíneos ou por afinidade, até o terceiro grau.

Art. 4º Para os fins do disposto nesta Lei, considera-se patrocínio, o repasse de valores, a concessão de uso de bens móveis e imóveis.

Parágrafo único. Não serão consideradas ações de patrocínio:

I - doações: 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;

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

Art. 5º O patrocinador deverá pautar sua atuação com base nos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, igualdade, publicidade, probidade administrativa e nas seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada patrocínio:

4

I - afirmação dos valores e princípios da Administração Pública e da Constituição da República Federativa do Brasil;

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 - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;

VI - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;

VII - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

VIII - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;

IX - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;

X - valorização de estratégias de comunicação regionalizada;

XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos;

5

XII - difusão de boas práticas na área de comunicação;

XIII - transparência dos procedimentos.

CAPÍTULO II
DA HABILITAÇÃO DAS ENTIDADES PRIVADAS AO PATROCÍNIO CONCEDIDO PELO MUNICÍPIO

Art. 6º O Poder Executivo poderá publicar, a seu critério, 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. 7º A entidade interessada na concessão de patrocínio pelo Município poderá, independente do Edital de Chamamento previsto no artigo 5º desta Lei, protocolar o pedido junto à pasta responsável pelo evento para análise e avaliação.

Parágrafo único. O pedido será autuado e encaminhado para análise da Secretaria ou órgão correspondente à Política Pública de fomento e ou parceria do projeto, ação ou evento protocolado, para que justifique:

I - viabilidade ou não da concretização do patrocínio ou apoio;

II - se atende Políticas Públicas, diretrizes, programas do Município;

III - aspectos de sustentabilidade dos projetos objeto das propostas de patrocínio analisadas;

IV - valor compatível ao evento, ação e/ou apoio, seja parcial ou total, pleiteado pelo proponente;

V - interesse público.

Art. 8º A entidade interessada na concessão de patrocínio pelo Município, nos casos previstos nos artigos 5º e 6º, desta Lei, deverá demonstrar especificamente:

I - o objeto do evento a ser patrocinado;

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

III - a contribuição do evento para o desenvolvimento socioeconômico do Município;

IV - a viabilidade financeira do evento;

V - resultados previstos com a realização do evento;

VI - interesse público.

Art. 9º A parte interessada na concessão de patrocínio pelo Município, nos casos previstos nos artigos 5º e 6º, desta Lei, deverá, se pessoa jurídica, comprovar sua regularidade jurídica e fiscal, e se pessoa física, no que couber, mediante a apresentação obrigatória dos seguintes documentos:

I - certidão do registro e arquivamento dos atos constitutivos da entidade no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas ou na Junta Comercial do Estado, legalmente inscrita, no mínimo um ano;

II - ata ou outro documento formal de designação da diretoria em exercício;

(7)

III - cópia do estatuto, regulamento ou compromisso da entidade, devidamente registrado em cartório;

IV - cópia de documento de identidade e de inscrição no Cadastro de Pessoa Física - CPF do representante legal da entidade, responsável pela assinatura do contrato de patrocínio;

V - alvará de funcionamento da entidade;

VI - 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, estadual ou municipal, nos termos da legislação pertinente;

VII - prova da regularidade fiscal perante às Fazendas Federal, Estadual e Municipal, mediante a apresentação das respectivas certidões;

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

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

X - certidão negativa de débitos trabalhistas perante a Justiça do Trabalho;

XI - certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do proponente;

XII - prova da inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ;

8

XIII - outros que a Administração Pública entender necessários em razão dos objetivos do evento.

Parágrafo único. A entidade patrocinada deverá manter durante toda a execução do convênio, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas para celebração do ajuste.

Art. 10. Os pedidos de patrocínio serão avaliados por uma Comissão Especial constituída por 03 (três) servidores da pasta responsável pelo evento, a serem indicados pelo Chefe do Poder Executivo Municipal.

§1º A Comissão de que trata o caput analisará os pedidos de patrocínio, aprovando-os ou não, mediante a emissão de parecer.

§2º Os membros a serem indicados na Comissão de Avaliação que elegerão as propostas apresentadas pelos proponentes, deverão ter conhecimento específico do evento e/ou ação a ser patrocinada.

§3º O resultado final será homologado por meio de decreto e a entidade beneficiária será convocada a assinar o respectivo contrato de patrocínio.

§4º O repasse dos valores obedecerá ao cronograma de desembolso constante do contrato de patrocínio.

§5º O Poder Executivo designará servidor público para atuar como fiscal na aplicação dos recursos concedidos a título de patrocínio.

Art. 11. 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 artigo 37, §1º, da Constituição Federal.

9

CAPÍTULO III
DOS CONTRATOS DE PATROCÍNIO

Art. 12. 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;

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 obrigatoriedade de eventual restituição de recursos, nos casos previstos no artigo 21, inciso III;

X - a obrigação do patrocinado no sentido de manter os recursos aplicados em caderneta de poupança, quando não utilizados;

XI - a prerrogativa atribuída à Administração Pública Municipal para assumir a responsabilidade pela execução do objeto, de modo a evitar sua descontinuidade, atendendo as providências legais necessárias, independentemente das sanções a serem aplicadas ao proponente;

10

XII - a obrigação do patrocinado no sentido de manter e movimentar os recursos em conta bancária específica da parceria, sendo que a movimentação se dará, exclusivamente, por ordem bancária ou transferência eletrônica de numerário;

XIII - a obrigação do patrocinado no sentido de executar a parceria com estrita observância às cláusulas pactuadas e ao Plano de Trabalho por ele mesmo apresentado, sendo vedada a utilização dos recursos para pagamento de despesas diversas das previstas no Plano de Trabalho ou de sua eventual alteração;

XIV - possibilidade de apostilamento no caso de alteração de valores especificados nas ações previstas no Plano de Trabalho, nos casos em que houver inclusão de despesas, desde que não acresça o valor total do Projeto;

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

XVI - as condições para liberação das parcelas previstas no cronograma de desembolso constante do Plano de Trabalho apresentado;

XVII - 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 este Decreto, bem como aos locais de execução do objeto;

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

11

XIX - a indicação do foro para dirimir as dúvidas decorrentes da execução

da parceria, 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 DOS PATROCÍNIOS PÚBLICOS

Art. 13. A entidade beneficiária de patrocínio municipal está obrigada a prestar contas do valor recebido, no prazo de até 90 (noventa) 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 Patrocínio;

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;

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

Art. 14. A prestação de contas formará processo administrativo próprio e conterá os seguintes documentos:

12

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

II - cópia do Termo 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;

(13)

XI - outros documentos expressamente previstos no Termo de Patrocínio.

Art. 15. O proponente que não prestar contas no prazo e nas condições estabelecidas nos editais e na legislação vigente, ficará impossibilitado de apresentar novos pedidos de patrocínio e de fazer parte de qualquer trabalho referente a projetos apresentados por outros proponentes, além de ser incluído no rol de dívida ativa do Município.

§1º A não comprovação da aplicação dos recursos, total ou parcialmente, nos prazos estipulados ou a aplicação poderá implicar:

I - na devolução do valor integral ou parcial do patrocínio, corrigido monetariamente e com juros legais;

II - na inabilitação dos beneficiários do apoio do Município, por até 05 (cinco) anos consecutivos;

III - na suspensão da execução do projeto, ação e/ou evento, caso ainda esteja em curso;

IV - na aplicação de multa correspondente ao valor do patrocínio, podendo ser de 10% (dez por cento) a 100% (cem por cento) do valor total do apoio do Poder Público;

V - nas sanções administrativas e penais cabíveis.

§2º Na aplicação das sanções serão considerados:

I - a natureza e a gravidade da infração cometida;

II - as peculiaridades do caso concreto;

14

III - as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

IV - os danos que dela provierem para a Administração Pública.

CAPÍTULO III
DOS CONTRATOS DE PATROCÍNIO

Art. 16. No protocolo de pedido de patrocínio, a entidade deverá apresentar as contrapartidas oferecidas ao Município de forma detalhada e com cotas explicitadas.

Parágrafo único. De acordo com a cota a ser patrocinada, as contrapartidas deverão ser:

I - a ampla divulgação do Município, com a inserção da logomarca, de forma padronizada, em todas as peças promocionais de divulgação do evento, peças gráficas (folders, banners, cartazes, etc.), releases de imprensa, 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, observado o artigo 10, desta Lei;

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

13

VI - todas as despesas atinentes às contrapartidas oferecidas ao Município

ficarão a cargo do patrocinado.

CAPÍTULO VI
DO PATROCÍNIO PRIVADO A EVENTOS PÚBLICOS

Art. 17. Os eventos realizados pelo Município, por meio da Administração Direta, Indireta, Autarquias e Fundações, poderão receber patrocínio de pessoas físicas ou jurídicas de direito privado, com ou sem fins lucrativos, mediante Edital de Chamamento Público ou Manifestação de Interesse.

Parágrafo único. O procedimento de Manifestação de Interesse ocorrerá por meio de apresentação da proposta de patrocínio ao evento público, endereçado à pasta responsável pelo evento, devendo observar, ainda, os seguintes regramentos:

I - havendo interesse por parte da Administração Pública no recebimento do patrocínio, deverá ser publicado comunicado no Diário Oficial dos Municípios, fixando-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para eventuais manifestações de outros interessados em patrocinar o evento público;

II - a Comissão Especial, formada nos termos da presente lei, decidirá sobre eventual impugnação à Manifestação de Interesse, podendo solicitar informações ou documentos ao impugnante;

III - não serão conhecidas as impugnações que não apresentarem os motivos de fato ou de direito que obstem o recebimento de patrocínio;

IV - da decisão sobre a impugnação, caberá a interposição de um único recurso, no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contado da data de sua publicação no Diário Oficial dos Municípios, dirigido ao titular da pasta responsável pelo evento.

16

Art. 18. É permitida a divulgação dos patrocinadores de eventos e públicos,

por áudio, mídia impressa, digital e televisa, nos espaços disponíveis e previamente definidos pela Administração Pública.

§1º Para os patrocínios de valores equivalentes, a divulgação dos apoiadores do evento se dará nas mesmas proporções, seja no mesmo espaço de tempo ou com ocupação de espaço físico de igual tamanho, a depender do meio em que seja divulgado.

§2º Poderá haver tratamento diferenciado aos patrocinadores e destinação de espaço para mídia diferenciada, de acordo com o montante de recursos destinado à realização do evento.

§3º A definição e fiscalização da aplicação da marca do Município ficará a cargo da Administração Pública.

CAPÍTULO VII
DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 19. 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.

Parágrafo único. O material deverá ser previamente encaminhado à pasta responsável pelo evento para análise e, somente após a aprovação, será permitida a produção de mídias.

Art. 20. 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 qualquer responsabilidade.

17

Art. 21. O deferimento ou não dos projetos fica a critério único e exclusivo do Município, cabendo recursos ou reclamações no prazo de 03(três) dias úteis, podendo serem questionado tão somente a legalidade, sem entrar no mérito da decisão administrativa.

Art. 22. Caso seja constatada alguma divergência nas informações bancárias prestadas pelo proponente, o pagamento ficará suspenso, sem que o Município incorra em qualquer penalidade ou custo, até que as informações corretas sejam repassadas pelo proponente.

Parágrafo único. Da decisão da Comissão Especial de que trata o art. 9º, da presente Lei, caberá recurso ao Chefe do Poder Executivo ou de competência delegada por ato do executivo, devendo observar o prazo de 5 (cinco) dias úteis contados da data em que foi proferida a decisão.

Art. 23. 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 nenhum outro valor, sob nenhuma hipótese.

Art. 24. 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.

Art. 25. 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

18

de publicidade e divulgação que achar necessários.

Art. 26. O uso do brasão e logomarca do Município fica restrito ao evento patrocinado, não podendo ser utilizada em outras edições. O uso indevido da marca implicará em sanções legais.

Art. 27. O patrocínio contratado não obriga o Município a patrocinar edições futuras do mesmo evento ou proponente, bem como novas tiragens de produtos.

Art. 28. As despesas decorrentes desta Lei correrão por conta de dotações orçamentárias vigentes.

Art. 29. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Ouricuri/PE, 29 de maio de 2025.

F. Victor Ramos Coelho

FRANCISCO VICTOR RAMOS COELHO

PREFEITO

19