



**ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE CERRO BRANCO
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO**

LEI MUNICIPAL Nº 2349/2025, de 08 de Abril de 2025.

Reestrutura a Lei de Patrocínio do Município de Cerro Branco/RS e Disciplina sua Concessão.

BRUNO LUCIANO RADTKE, Prefeito Municipal de Cerro Branco, Estado do Rio Grande do Sul.

FAÇO SABER, em cumprimento ao disposto na Lei Orgânica, faz saber que a Câmara Municipal de Vereadores aprovou o Projeto de Lei Nº 055/2025 e eu sanciono e promulgo a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei disciplina a concessão de patrocínio pelo Município de Cerro Branco/RS a eventos ou projetos propostos por pessoas jurídicas e que possuam interesse público.

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

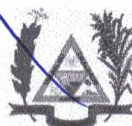
I – patrocínio: ação de comunicação que se realiza por meio da aquisição do direito de associação da imagem institucional, símbolos oficiais, logomarca e/ou produtos e serviços, programas e políticas de atuação do patrocinador a projetos de iniciativa de terceiro;

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, em que haja interesse público;

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 – evento e/ou projeto de patrocínio: proposta de iniciativa do patrocinado, apresentada em documento próprio e por escrito, que contenha as características, as justificati-





ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE CERRO BRANCO
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

vas, 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: 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, para que serão criadas as cotas de patrocínio, que consistem no rol mínimo e exemplificativo de contrapartidas possíveis, que um projeto de patrocínio deve ofertar ao patrocinador.

§ 2º Para fins de concessão de patrocínio, o evento ou projeto deverá contemplar, no mínimo, duas modalidades de contrapartida das indicadas no inciso VI deste artigo, incluída, em todos os casos, a contrapartida de imagem, que será obrigatória.

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;





ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE CERRO BRANCO
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

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 Será vedada a concessão de patrocínio quando o projeto:

I – for de interesse exclusivamente privado ou possuir 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 – 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 projetos de patrocínio:

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, conselheiro, sócio ou associado seja servidor público municipal, ou seu respectivo cônjuge, parente consanguíneo ou por afinidade até o segundo grau, nos casos em que o servidor possuir poder decisório sobre a destinação.





**ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE CERRO BRANCO
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO**

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 preferencialmente precedidos de processo seletivo público, a ser realizado de acordo com o planejamento orçamentário e financeiro dos órgãos da Administração Pública 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 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.

§ 3º Para celebração do contrato de patrocínio, o patrocinado deverá apresentar os documentos de habilitação jurídica, fiscal, trabalhista e previdenciária, de que tratam os arts. 66 e 68 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

Art. 7º O chamamento público de que trata o § 1º do art. 6º desta Lei será:

I – de fluxo contínuo, nos casos em que for possível a celebração de instrumentos à medida que as propostas são recebidas; ou

II – de fluxo ordinário, nos casos em que a Administração Pública optar pela concentração do recebimento, da análise e da seleção de propostas em período determinado.

§ 1º O edital de convocação dos interessados para apresentar projetos de patrocínio, que conterà, no mínimo, as seguintes informações:

I – a programação orçamentária dos patrocínios públicos;

II – os segmentos prioritários para concessão patrocínios, de acordo com as ações e políticas públicas locais;

III - as datas, os prazos, as condições, o local e a forma de apresentação das propostas de patrocínio;

IV - as datas e os critérios de seleção e julgamento das propostas de patrocínio, inclusive no que se refere à metodologia de pontuação e ao peso atribuído a cada um dos critérios estabelecidos, se for o caso;



faul
Ação e Compromisso com

CERRO BRANCO
Prefeitura Municipal - Adm. 2025/2028



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE CERRO BRANCO
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

V – a documentação de habilitação do proponente do projeto de patrocínio;

VI – as condições para interposição de recurso administrativo;

VII – a minuta do contrato de patrocínio.

§ 2º O edital deverá ser amplamente divulgado em página do sítio oficial da Administração Pública e publicado na imprensa oficial do Município, com antecedência mínima de 15 (quinze) dias da data de início do recebimento das propostas.

§ 3º Constituem critérios obrigatórios de julgamento das propostas de patrocínio:

I – o grau de adequação da proposta de patrocínio aos objetivos específicos da atuação do patrocinador;

II – o mérito do projeto de patrocínio e os impactos que se pretende sejam gerados na imagem institucional, em relação aos símbolos oficiais e/ou logomarca, bem como a produtos e serviços, programas e políticas de atuação do patrocinador;

III – a identidade de interesse de patrocinador e patrocinado na realização do objeto do patrocínio;

IV – a viabilidade de execução do projeto de patrocínio;

V – a justificativa do preço para o patrocínio, de acordo com valores praticados no mercado e contrapartidas apresentadas ao patrocinador;

VI – a descrição de quais serão os meios disponíveis a serem utilizados para a fiscalização da execução do patrocínio, assim como dos procedimentos que deverão ser adotados para avaliação do cumprimento das metas e objetivos;

§ 3º As propostas serão julgadas, justificadamente, por uma comissão de patrocínio previamente designada, por portaria, observando-se os critérios definidos no edital de convocação dos interessados.

§ 5º A Administração Pública homologará e divulgará o resultado do julgamento em página do sítio oficial da administração pública na internet e publicará na imprensa oficial do Município.

§ 6º A homologação não gera direito para à celebração do contrato de patrocínio.

Art. 8º A celebração do contrato de patrocínio dependerá das seguintes providências pelo patrocinador:

I – realização do processo seletivo público ou justificativa formal para o seu afastamento;





**ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE CERRO BRANCO
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO**

II – no caso de afastamento do chamamento público, emissão de parecer por órgão técnico da Administração Pública, que deverá pronunciar-se, de forma expressa, acerca dos critérios estabelecidos no § 3º do art. 7º desta Lei;

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

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

V – aprovação do projeto de patrocínio;

VI – emissão de parecer jurídico do órgão de assessoria ou consultoria jurídica da Administração Pública acerca da possibilidade de concessão do patrocínio.

Art. 9º 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. 92 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

Capítulo III

Da Prestação de Contas do Contrato de Patrocínio

Art. 10. 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. 11. 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 dispendidos com o patrocínio.

Capítulo IV

Dos Recursos Orçamentários



efatu
Ação e Compromisso com



**ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE CERRO BRANCO
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO**

Art. 12. Fica aberto crédito suplementar por redução no valor de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) na Lei Orçamentária Anual Exercício de 2025, na seguinte classificação:

Órgão: 02 GABINETE DO PREFEITO E DO VICE PREFEITO
Unid.Orçam: 02.01 GABINETE DO PREFEITO E DO VICE PREFEITO
Classif: 04.691.0049.2.008 Patrocinio e/ou Apoio a Eventos
Conta: 48
Fonte: 1500 Recursos nao Vinculados de Impostos
Elem. Desp: 3.3.90.40.00 SUBVENÇÕES CULTURAIS.....R\$ 30.000,00

Art. 13. Servirá de suporte para abertura do crédito suplementar autorizado no art. 12 desta Lei, a redução em igual montante da seguinte classificação orçamentária:

Órgão: 03 SECRETARIA MUNICIPAL DESPORTO TURISMO E CULTURA
Unid.Orçam: 03.01 SECRETARIA MUNICIPAL DESPORTO TURISMO E CULTURA
Classif: 27.812.0021.1.010 Organização da Fest Feira
Conta: 820
Fonte: 1500 Recursos não Vinculados de Impostos
Elem. Desp: 3.3.50.43 SUBVENÇÕES SOCIAIS.....R\$ 30.000,00

**Capítulo V
Das Disposições Finais**

Art. 14. Revoga-se o disposto na Lei Municipal nº 1.698, de 05 de maio de 2017.

Art. 15. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

GABINETE DO PREFEITO MUNICIPAL DE CERRO BRANCO,

Aos 08 dias do Mês de Abril de 2025

BRUNO LUCIANO RADTKE
Prefeito Municipal

Registre-se e Publique-se:


CLÉIA FABIANE MEHLER UNFER
Secretária Municipal de Administração





**ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE CERRO BRANCO
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO**

ANEXO I

Banco de Contrapartidas

1. Contrapartidas de imagem

1.1. A imagem institucional, símbolos oficiais ou logomarca 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*, *busdoor*, etc.); *naming right*; narração pelo locutor oficial do evento; números de peito (competições esportivas); painéis; palcos; panfletos; pastas; pen drives; placas de sinalização; pórticos de entrada; *press kit*; programas; 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; dentre outros.

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

2. Contrapartidas negociais

2.1 Ações que visem contrapartidas negociais, tais como: 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 utili-





ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE CERRO BRANCO
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

zação das dependências ou sede do patrocinado para realização de eventos do patrocinador; realização de visitas guiadas para convidados do patrocinador; dentre outros.

3. Contrapartidas sociais

3.1. Ações que visem inclusão social, tais como: promoção de festivais, feiras, mostras culturais, campanhas de direitos humanos, eventos esportivos comunitários; criação de bolsas para projetos de arte, cultura, esporte e mediação comunitária; projetos de inclusão social e cultural; campanhas de utilidade pública e de inclusão social de grupos específicos; cessão de convites, ingressos, credenciais e/ou inscrições a pessoas em situação de risco socioeconômico, selecionadas pela assistência social do Município; 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; apoio a grupos culturais tradicionais e manifestações populares; promoção de ligas esportivas amadoras, torneios locais e escolinhas comunitárias; dentre outros.

4. Contrapartidas ambientais

4.1 Ações que visem conscientização ambiental, tais como: 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; dentre outros.

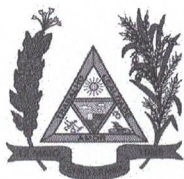


[Handwritten signature]

Ação e Compromisso com

CERRO BRANCO

Prefeitura Municipal - Adm. 2025/2028



**ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE CERRO BRANCO
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO**

MENSAGEM Nº 055/2025

Cerro Branco – RS, 07 de abril de 2025.

**Senhor
ELESSANDRO LUIS STRINGUINI
Presidente da Câmara Municipal de Vereadores
CERRO BRANCO - RS**

Senhor Presidente, Senhores Vereadores:

É com satisfação que cumprimos os Senhores, oportunidade que encaminhamos em REGIME DE URGÊNCIA o Projeto de Lei que **“Reestrutura a Lei de Patrocínio do Município de Cerro Branco/RS e Disciplina sua Concessão”**.

A presente proposta legislativa visa regulamentar a concessão de patrocínios por parte do Município de Cerro Branco/RS a eventos e projetos de interesse público promovidos por pessoas jurídicas que atuem em áreas de relevância social, cultural, esportiva, educacional, dentre outras.

A iniciativa reconhece a importância da participação da Administração Pública no fomento a ações que promovam o bem-estar coletivo, a valorização da cultura local, a inclusão social, o estímulo ao desporto amador e o fortalecimento dos vínculos comunitários.

Ciente que tais ações necessitam de apoio institucional e financeiro, o patrocínio se apresenta como um instrumento legítimo de incentivo à promoção de projetos e eventos propostos pela iniciativa privada e que possuam interesse público, possibilitando ao Município contribuir com a destinação de recursos.

Além disso, a regulamentação da concessão de patrocínio garante maior segurança jurídica, transparência, impessoalidade e controle na destinação dos recursos públicos, estabelecendo critérios objetivos para seleção, avaliação e prestação de contas dos projetos apoiados.

Por essas razões, entende-se que a aprovação desta lei é essencial para fortalecer o compromisso do Município de Cerro Branco/RS com o desenvolvimento social e comunitário, a promoção da cultura e a valorização da diversidade, contribuindo de forma efetiva para a construção de uma sociedade mais participativa e integrada.

Pelo exposto, atendendo razões de interesse público, entendemos justificado o presente projeto legislativo.

Sendo o que tínhamos para o momento, reiteramos protestos de consideração e apreço.

BRUNO LUCIANO RADTKE
Prefeito Municipal

CÂMARA DE VEREADORES DE CERRO BRANCO
REUNIÃO DE 08/04/2025
VOTOS A FAVOR: 08
VOTOS CONTRÁRIOS: 00
ABSTENÇÕES: 00

Av. Doze de Maio, 370, Centro, Cerro Branco - RS
Site: pmcerrobranco.rs.gov.br/ Tel.: 0800 000 3904
administracao@pmcerrobranco.rs.gov.br



CERRO BRANCO
Assinatura do Servidor
Prefeitura Municipal - Adm. 2025/2028