



# São Roque-SP

## Legislação Digital

LEI N° 5.277, DE 18 DE AGOSTO DE 2021

Projeto de Lei n° 083/2021 - E  
De 30 de julho de 2021  
Autógrafo n° 5.291 de 18/08/2021  
(De autoria do Poder Executivo)

Dispõe sobre a concessão e o recebimento de patrocínio pelo Município de São Roque.

O **Prefeito Municipal da Estância Turística de São Roque**, no uso de suas atribuições legais;

Faço saber que a Câmara Municipal da Estância Turística de São Roque decreta e eu promulgo a seguinte Lei:

### CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1° Fica o Poder Executivo autorizado a conceder ou receber patrocínio para realização de eventos, fóruns, congressos, convenções, mostras e quaisquer outras manifestações de caráter cultural, técnico-científico, recreativo, educacional, esportivo, artístico, socioeconômico ou turístico.

Art. 2° Para fins do disposto nesta Lei, entende-se por:

I - patrocinador: Poder Executivo Municipal ou terceiro que mediante contrato de patrocínio transfere recurso financeiro;

II - patrocinado: Poder Executivo Municipal ou terceiro que mediante contrato de patrocínio execute o objeto do patrocínio.

III - proposta de patrocínio: documento que apresenta as características, os valores, as justificativas e a metodologia de execução do patrocínio e informa outras singularidades da ação proposta ao patrocinador;

IV - contrato de patrocínio: instrumento por meio do qual a Administração Municipal adquire, mediante contraprestação financeira, por inexigibilidade de licitação, cotas de patrocínio de evento realizado ou organizado por entidade privada, com ou sem finalidade lucrativa;

**V - Comissão Municipal de Patrocínios:** comissão permanente designada pelo Prefeito Municipal, composta por 03 servidores, que avaliará as propostas de concessão e recebimento de patrocínio.

VI - eventos culturais: feiras, exposições, mostras, festivais, congressos, seminários, encontros culturais, campanhas institucionais e outros que preferencialmente valorizem:

- a) a diversidade étnica e cultural;
- b) o respeito à igualdade;
- c) as atitudes que promovam o desenvolvimento humano;
- d) o respeito ao meio ambiente.

VII - contrapartida: obrigação contratual do patrocinado que justifica a associação da imagem institucional, logomarca e/ou produtos e serviços do patrocinador ao projeto patrocinado;

VIII - mídia tradicional: se caracteriza por ser um meio de comunicação de massa, tais como televisão, rádio, jornal, cinema e revista;

IX - mídia exterior ou mídia **out of home**: se caracteriza por ser uma mídia que atinge o consumidor no ambiente fora de casa, tais como: **outdoor, busdoor, empenas, backlight, frontlight**, mobiliário urbano, mídia em shopping, mídia aeroportuária, painéis eletrônicos, etc.;

X - mídia digital ou mídia online: se caracteriza por utilizar redes digitais de telecomunicações (celulares e conexões de internet), tais como: portais (sites), mídias sociais (blogs, facebook, twitter, flicker, instagram, etc.);

XI - folheteria: materiais impressos para divulgação do evento, tais como: **folder, flyer**, cartaz, folheto, convite, certificado, crachá, cartilha, etc.

Art. 3º O apoio Municipal às atividades referidas no art. 1º desta Lei será formalizado por meio de contrato de patrocínio, como política de comunicação, publicidade institucional, fomento a cultura, esporte, atividades sociais e científicas.

Parágrafo único. A Administração Pública Municipal somente poderá patrocinar evento cujo tema tenha relação direta e imediata com as políticas públicas de competência municipal, de forma a potencializar seus programas e atividades, destinados a gerar benefícios significativos para a sociedade, contribuir para o desenvolvimento sustentável e reforçar a imagem institucional do Município.

Art. 4º É vedada a concessão de patrocínio pelo Poder Executivo Municipal, em qualquer uma das modalidades previstas nesta Lei, quando:

I - organizados por servidores públicos municipais, ou por suas respectivas associações, ou por seus cônjuges ou parentes consanguíneos ou por afinidade, até o 2º (segundo) grau;

II - relacionados a entidades político-partidárias ou religiosas;

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

IV - utilizem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

V - destinados ações culturais que de alguma forma já tenham sido objeto de recebimento de auxílios, subvenções ou contribuições do Poder Público Municipal e que estejam em execução.

Art. 5º O Poder Executivo Municipal não patrocinará pessoa física ou jurídica que:

I - tenha sido punida com suspensão de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração ou declaração de inidoneidade;

II - tenha sido definitivamente condenada:

a) por ato de improbidade administrativa;

b) por crime contra a Administração Pública;

III - possua débito fiscal com a Fazenda Municipal;

IV - não tenha sido licenciado na forma da legislação municipal;

V - possua prestação de contas anterior reprovada junto a qualquer órgão da Administração Pública;

VI - explore atividade econômica ligada à organização ou realização de eventos, promoções, atividades publicitárias, editoriais ou similares, cuja finalidade seja, exclusivamente, a obtenção de lucro.

Art. 6º Os eventos culturais e os patrocínios poderão se realizar por meio físico ou virtual.

## CAPÍTULO II

### DO PATROCÍNIO RECEBIDO POR PESSOA JURÍDICA DE DIREITO PRIVADO

#### Seção I

#### Dos Projetos Privados Patrocinados pelo Município

Art. 7º Os projetos promovidos por pessoa jurídica de direito privado que tiver reconhecido interesse público poderão ser patrocinados pelo Poder Executivo Municipal, mediante aprovação do projeto de patrocínio, observadas o disposto nesta Lei.

Art. 8º Os projetos a serem patrocinados pelo Poder Executivo Municipal devem ter como diretrizes:

I - a sintonia com políticas públicas municipais, de modo a estimular, apoiar e fortalecer iniciativas direcionadas às atividades culturais, sociais, esportivas, educacionais, de promoção do turismo, de inovação tecnológica, de promoção da igualdade étnica e de promoção de oportunidades e de combate a quaisquer formas de discriminação;

II - a adoção de critérios e de ações nos projetos patrocinados que fomentem o emprego de práticas sustentáveis;

III - a promoção da acessibilidade de idosos e de pessoas com mobilidade reduzida ou com deficiência aos ambientes dos eventos ou aos produtos e serviços decorrentes do projeto patrocinado;

IV - o reforço das atitudes que promovam a cidadania, integridade, o desenvolvimento humano e sociocultural e o respeito ao meio ambiente;

V - a valorização dos elementos simbólicos da cultura local;

VI - a observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos, notadamente através da compatibilidade entre o valor do patrocínio e as contrapartidas, observadas, quando couber, as práticas de mercado.

Art. 9º Nas ações de divulgação dos projetos patrocinados pelo Poder Executivo Municipal deverá constar, expressamente, brasão oficial do Município e a marca do governo municipal, nos termos da Lei nº 5.175, de 25 de janeiro de 2021 (SaoRoque-SP/LeisOrdinarias/5175-2021), bem como eventuais imagens ou símbolos institucionais apontados pelo patrocinador.

Parágrafo único. A aplicação dos símbolos municipais deverá observar as orientações do setor de comunicação, não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

## **Seção II**

### **Das Propostas de Patrocínio**

Art. 10. A apresentação das propostas de patrocínio ao Poder Executivo Municipal dar-se-á:

I - por provocação do Poder Executivo Municipal, mediante edital de chamamento público;

II - mediante manifestação do particular de ter seu projeto patrocinado.

§ 1º A finalidade do chamamento público é assegurar publicidade a qualquer interessado e fornecer elementos à Administração Municipal que permitam a adequada avaliação discricionária dos eventos que serão apoiados ou para participação em eventos, em especial, a aferição da estimativa de custos, para fins de organização orçamentária e o planejamento das licitações e contratações necessárias.

§ 2º O edital para recebimento de propostas de patrocínio deverá ser publicado no Diário Oficial do Município com, no mínimo, 30 (trinta) dias antes da data prevista para realização do evento e deverá conter no mínimo:

I - período para apresentação das propostas;

II - prazo para análise da proposta;

III - critérios objetivos para a aprovação das propostas;

IV - valores destinados à concessão de patrocínios;

V - documentação necessária para habilitação de pessoas físicas e jurídicas;

VI - modelo da Proposta de Patrocínio.

§ 3º No caso da apresentação das propostas de patrocínio mediante manifestação do particular, este deverá apresentar, no mínimo, os seguintes documentos, junto ao Protocolo Geral da Prefeitura:

I - proposta de patrocínio, contendo, no mínimo, os seguintes elementos: descrição do evento, indicação do número de edições, valor do apoio e o público estimado ou quantidade de visitantes que pretende receber, plano de mídia detalhado, especificando os meios e veículos propostos, sua justificativa e número de inserções e contrapartida;

II - os documentos previstos nos arts. 28 ([http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8666cons.htm#art28](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8666cons.htm#art28)) a 31 ([http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8666cons.htm#art31](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8666cons.htm#art31)) da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 ([http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8666cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8666cons.htm)), no que couber;

III - comprovante da aprovação de Prestações de Contas anteriores se o patrocinado já tiver celebrado contrato de patrocínio, convênio, termo de fomento ou colaboração com o Poder Executivo Municipal.

IV - alvará de funcionamento da instituição;

V - regulamento do evento;

VI - outros que a Administração Pública entender necessários.

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

Art. 11. Somente a pessoa jurídica que detém a responsabilidade legal pela iniciativa e realização do evento cultural poderá apresentar a proposta de patrocínio.

Art. 12. As propostas de concessão de patrocínio serão avaliadas pela Comissão Municipal de Patrocínios, com base nos seguintes critérios:

I - o objeto do patrocínio frente aos requisitos previstos nesta Lei;

II - a credibilidade e a capacidade do proponente em realizar a proposta de patrocínio;

III - a contribuição da proposta de patrocínio para a realização do objetivo do patrocínio;

IV - o valor da proposta;

V - os resultados previstos com a realização da proposta;

VI - a repercussão geográfica e populacional da ação de comunicação da proposta;

VII - a expectativa de contribuição da ação de divulgação e reconhecimento da manifestação cultural.

Parágrafo único. A Comissão Municipal de Patrocínios terá prazo máximo de 15 (quinze) dias para emissão do parecer sobre a proposta de patrocínio apresentada, contada a partir da data do protocolo.

Art. 13. A Comissão Municipal de Patrocínios poderá solicitar ajustes na proposta apresentada, bem como a complementação de documentos.

Art. 14. Após a análise e avaliação dos documentos apresentados, a Comissão emitirá parecer quanto à viabilidade da proposta e encaminhará à Chefe de Divisão de Cultura que apreciará a proposta de patrocínio e o parecer.

### CAPÍTULO III DO PATROCÍNIO RECEBIDO PELO PODER PÚBLICO MUNICIPAL

Art. 15. Para receber patrocínio, o Poder Público deverá publicar edital de chamada pública de patrocinadores, que conterá no mínimo:

I - a data de realização do evento,

II - as formas e condições de patrocínio;

III - quotas e valores do patrocínio;

IV - período para apresentação das propostas de no mínimo 30 (trinta) dias;

V - prazo para análise da proposta;

VI - critérios para a aprovação das propostas;

VII - documentação necessária para habilitação pessoa jurídica, se for o caso:

- a) Estatuto/Contrato Social;
- b) Ata de posse da diretoria, se for o caso;
- c) comprovante de inscrição no CNPJ, se for o caso;

VIII - modelo da proposta de patrocínio;

IX - outros critérios pertinentes previstos em edital.

Art. 16. É permitida a divulgação dos patrocinadores de eventos públicos, por qualquer forma de mídia, nos espaços disponíveis e previamente definidos pela Administração Pública em edital.

§ 1º Poderá haver tratamento diferenciado aos patrocinadores e destinação de espaço para mídia diferenciada, de acordo com o montante de recursos destinado ao patrocínio.

§ 2º Para os patrocínios de valores equivalentes, a divulgação dos patrocinadores será de igual forma.

Art. 17. As propostas para recebimento de patrocínio pelo Poder Público serão avaliadas pela Comissão Municipal de Patrocínios, com base nos seguintes critérios:

- I - atendimento aos requisitos do Edital;
- II - maior valor da proposta de patrocínio.

Parágrafo único. A Comissão Municipal de Patrocínios poderá solicitar ajustes na proposta apresentada, bem como a complementação de documentos, a serem realizados no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

#### CAPÍTULO IV DO CONTRATO DE PATROCÍNIO

Art. 18. O contrato de patrocínio para os eventos de que trata esta Lei será realizado mediante observâncias das previsões aqui contidas, após devida formalização, devendo os autos serem instruídos de acordo com as disposições legais aplicáveis ao caso, em especial:

I - justificativa do interesse público no fomento às finalidades sociais do evento, indicando-se também sua convergência com os objetivos institucionais do órgão ou entidade patrocinadora;

II - comprovação que a contratada detém, isolada ou conjuntamente, a responsabilidade pela iniciativa, assim compreendida a realização ou organização do evento cujo apoio é buscado;

III - justificativa do preço do patrocínio municipal:

a) mediante a comparação direta do valor a ser desembolsado pelo Município e a contrapartida publicitária assumida pela contratada, em relação ao proposto aos demais patrocinadores do evento;

b) mediante a comparação do valor a ser desembolsado pelo Município e a contrapartida publicitária assumida pela contratada, em relação aos valores desembolsados com o patrocínio de eventos ou para participação em eventos semelhantes, observando-se os seguintes parâmetros, sem prejuízo de outros: porte do evento e sua repercussão (internacional, nacional ou estadual), veículos de comunicação ou outros meios utilizados para divulgação do evento, espaço físico disponibilizado para promoção institucional do Município;

IV - regularidade fiscal e habilitação jurídica da contratada;

V - pagamento após a execução do projeto e respectiva comprovação da execução da contrapartida publicitária e outras, eventualmente avençadas, assumida pela contratada.

Art. 19. Após a aprovação da Administração Pública, o patrocinado será convocado e deverá comparecer para a assinatura do Contrato de Patrocínio no prazo de 10 (dez) dias.

Art. 20. O contrato de patrocínio deverá conter no mínimo as seguintes cláusulas:

- I - o objeto e seus elementos característicos;

II - a forma de execução;

III - o valor e as condições de pagamento;

IV - os prazos de execução;

V - o crédito pelo qual correrá a despesa, com a indicação da classificação funcional programática e da categoria econômica;

VI - os direitos e as responsabilidades das partes, as penalidades cabíveis e os valores das multas;

VII - os casos de rescisão;

VIII - indicação de gestor do contrato;

IX - a legislação aplicável à execução do contrato e especialmente aos casos omissos;

X - a obrigação do contratado de manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação exigidas no Capítulo II desta Lei;

XI - a forma e os prazos para prestação de contas.

§ 1º A proposta de patrocínio aprovada pela Administração Pública deverá ser parte integrante do contrato de patrocínio.

§ 2º Aplica-se ao contrato de copatrocínio as disposições constantes no art. 54 e seguintes da Lei Federal nº 8.666, de 1993 ([http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8666cons.htm#art54](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8666cons.htm#art54)), em especial os que se referem a contratação por inexigibilidade prevista no art. 25 da Lei de licitações.

## CAPÍTULO V DA PRESTAÇÃO DE CONTAS

Art. 21. No prazo de 30 (trinta) 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. 22. A prestação de contas formará processo administrativo apensado ao processo de formalização do patrocínio e conterá os seguintes documentos:

I - ofício, dirigido ao patrocinador, em que constem os dados identificadores do contrato de patrocínio;

II - cópia do contrato de patrocínio e respectivas alterações;

III - cópia da proposta de patrocínio;

IV - relação de pagamentos, evidenciando o nome do credor, o número e valor do documento fiscal e/ou equivalente, com descrição da aquisição/serviço, em ordem cronológica, acompanhado das respectivas notas fiscais e recibos, na via original;

V - demonstração/comprovação dos meios de divulgação empregados no patrocínio;

VI - demonstração/comprovação dos resultados obtidos com a proposta;

VII - outros documentos expressamente previstos no contrato de patrocínio.

## CAPÍTULO VI DAS IRREGULARIDADES E SANÇÕES

Art. 23. No caso de irregularidades, inadimplência, falta da prestação de contas ou descumprimento de disposição prevista nesta Lei, Decreto Regulamentador ou Edital o proponente será notificado para, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, corrigir as inconformidades.

§ 1º O prazo descrito no artigo anterior poderá ser prorrogado sucessivas vezes pela Administração Pública, por no máximo 60 dias, a pedido devidamente fundamentado do proponente.

§ 2º Não sanadas as irregularidades, o proponente deverá devolver a parte do numerário recebido e que não tenha conseguido justificar o uso na prestação de contas, com os devidos acréscimos legais.

Art. 24. Persistindo a inadimplência depois de decorrido o prazo assinado para correção ou na ocorrência de qualquer forma de burla, fraude ou descumprimento de disposição prevista nesta Lei, Decreto Regulamentador ou Edital, poderão ser aplicadas, cumulativamente, as seguintes sanções ao proponente:

I - multa de 5% (cinco por cento) do valor da ação cultural fomentada;

II - proibição de participar de processos seletivos ou realizar contratos de patrocínio, para fins de incentivo previstos nesta Lei, no prazo de até 2 (dois) anos, quando não ocorrer prejuízo aos cofres públicos;

III - devolução integral do valor recebido incentivo, com os devidos acréscimos legais, quando ocorrer prejuízo aos cofres públicos;

IV - proibição de contratar ou celebrar termo de compromisso com o Poder Executivo Municipal pelo prazo de até 5 (cinco) anos, quando ocorrer prejuízo aos cofres públicos.

§ 1º As sanções constantes neste artigo serão aplicadas independentemente das demais sanções cabíveis civis e criminais.

§ 2º Após a denúncia de irregularidades a Comissão competente concederá o prazo de quinze dias para que o interessado apresente sua defesa, sendo aceita a junta de qualquer meio de prova admitida em direito.

Art. 25. Os prazos previstos neste capítulo serão contados da data da notificação, excluindo-se o dia do começo e incluindo-se o do final, prorrogando-se para o próximo dia útil se o fim do prazo cair em dia em que não houver expediente na repartição competente.

Parágrafo único. A notificação poderá ser efetivada por carta com aviso de recebimento, pessoalmente, colhendo-se a assinatura do interessado nos autos, por publicação no Diário Oficial do Município ou por meio digital hábil para atestar o recebimento da notificação.

## CAPÍTULO VII DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 26. As ações de comunicação e divulgação decorrentes dos contratos de patrocínio devem ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Art. 27. O órgão do Controle Interno poderá editar orientações complementares com vistas ao cumprimento desta Lei.

Art. 28. Os casos não previstos serão analisados de acordo com os princípios gerais do direito público, sendo adotadas, subsidiariamente, as regras da Lei Federal nº 8.666, de 1993 ([http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8666cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8666cons.htm)).

Art. 29. Os pedidos, juntamente com o projeto e documentos eventualmente apresentados, serão devolvidos aos respectivos proponentes, quando o apoio Municipal ao evento não se concretizar.

Parágrafo único. Caso o interessado não retire a documentação referida no dispositivo anterior, após três meses da comunicação por e-mail, a mesma poderá ser descartada pelo órgão ou entidade.

Art. 30. O Poder Executivo regulamentará esta Lei, no que couber.

Art. 31. As despesas decorrentes com a presente Lei ocorrerão por conta de dotações orçamentárias próprias.

Art. 32. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 33. Ficam revogadas as disposições em contrário.

Prefeitura da Estância Turística de São Roque, 18/08/2021

Marcos Augusto Issa Henriques de Araújo  
Prefeito

Publicada em 18 de agosto de 2021, no Átrio do Paço Municipal

Aprovado na 27ª Sessão Ordinária de 17/08/2021

\* Este texto não substitui a publicação oficial.

[Voltar](#)