



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE ESPUMOSO

PARECER JURÍDICO

REQUERENTE: Gabinete do Prefeito / O Grupo de Atletas Futsal Feminino Espumoso/RS.

ASSUNTO: Parecer Jurídico sobre Contrato de Patrocínio. Processo 972/2025.

Organizações da sociedade civil (OSC). Ação de inclusão social vinculada a atividade desportiva. Alternativas de pactuação a depender da titularidade do evento e dos objetivos da Administração Pública. Contrato, concessão, parceria (Lei Federal nº 13.019/14), apoio ou patrocínio, como ação de comunicação. Lei Municipal nº 3.837/18. Análise restrita aos aspectos jurídicos. Considerações. Parecer favorável, com condições.

Trata-se de consulta que versa sobre a concessão de patrocínio a "O Grupo de Atletas Futsal Feminino Espumoso/RS", associação de direito privado, sem fins econômicos caracterizando-se como Organização da Sociedade Civil (OSC), sem cunho político ou partidário, tendo como finalidade promover a prática do futsal feminino oferecendo técnicas de treinamentos com iniciação aos princípios básicos e regras do esporte. Possuem como objetivo a motivação da população oportunizando atletas da cidade e região a prática do esporte, inclusive com projeto categoria de base onde a equipe adulta incentiva crianças a prática do futsal, conforme documentos anexados ao processo. Acerca do exposto, cabe tecer considerações:

"Sentinela do Progresso."



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE ESPUMOSO

Antes de adentrar no mérito, relevante registrar que a municipalidade precisa verificar a titularidade do evento (se do Município ou de terceiros) e definir objetivos da Administração Pública, considerando que a depender destes aspectos podemos remeter a caminhos e procedimentos diversos.

Como o **evento se caracterizar como um projeto/proposta de terceiro (particular), este poderá ser apresentado na forma de projeto, com o objetivo de viabilizar um patrocínio público, apoio ou ainda como proposta de parceria**, à luz da Lei Federal nº 13.019/2014, na forma de plano de trabalho (art.22), de iniciativa de uma organização da sociedade civil (art.2º, inciso I), com vistas a formalizar um Termo de Fomento (art.17).

Inicialmente, a fim de auxiliar na conceituação, imperiosa se faz a diferenciação ente o instituto do patrocínio e o instituto do apoio, visto que ambos são comuns na área de eventos. Nas palavras de Maria Cecília Giacaglia, em sua obra intitulada "Eventos: como criar, estruturar e captar recursos"¹: "Apoio. É a disponibilização de recursos próprios, não-financeiros, porém necessários ao evento", por outro lado **o patrocínio "É a transferência de recursos financeiros de um patrocinador para um promotor para a realização de um evento ou de uma ação com finalidades exclusivamente promocionais, publicitárias ou de retorno institucional. Envolve necessariamente investimento financeiro por parte do patrocinador"**.

¹ GIACAGLIA, Maria C. Eventos: como criar, estruturar e captar recursos. Cengage Learning Brasil, 2005. E-book. ISBN 9788522108626.



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE ESPUMOSO

Logo, a diferença será no envolvimento direto de recursos (dinheiro) ou na disponibilização de produtos ou serviços que se tem disposição.

Contrato de Patrocínio. O patrocínio é uma forma de investimento feito por pessoa física ou jurídica em determinado objeto, com vistas a obter um retorno financeiro, de reforço de marca ou de reconhecimento institucional, impulsionando uma maior visibilidade e legitimidade perante o público de relacionamento do patrocinador.

Assim, caracteriza-se como uma estratégia de comunicação social direcionada à obtenção de credibilidade, de melhoria ou de manutenção da reputação da imagem ou da marca do patrocinador. Depreende-se disso que o patrocínio tem estreita relação com decisões de marketing, com o público-alvo de relacionamento e a imagem institucional do patrocinador, com o valor agregado às suas marcas ou símbolos, que caracterizam o retorno desejado do investimento financeiro realizado. **O instrumento jurídico que se recomenda formalizar é o contrato de patrocínio, que não se submete as regras licitatórias, sendo estas utilizadas apenas de forma subsidiária.** O formato de escolha, espécies, obrigações e fluxos deverão seguir o disposto na Lei Municipal nº 3.837, de 02/02/2018, com vistas a atender os parâmetros estabelecidos.

Entretanto, se a justificativa do ato (repasse de recursos) está embasada em interesse público e em uma relação jurídica formalizada de acordo com as exigências da legislação pertinente, podemos vislumbrar possibilidade da

"Sentinela do Progresso."



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE ESPUMOSO

ação, sem óbices. **A vedação está na distribuição gratuita de bens e não em pactuações com previsão de ação a ser desenvolvida, com metas, objetivos, resultados e impacto social esperado, como no caso das parcerias ou ainda em contratos pautados em procedimentos licitatórios prévios.** Primordial seja apontada a dotação orçamentária para honrar com eventual dispêndios com destinação as Organizações da Sociedade Civil.

Se orienta a ocorrência de divulgação dos eventos sejam expressamente vinculado ao patrocinador Município de Espumoso assim como, em atendimento ao disposto nos artigos 7º, §2º² e 8º, Lei municipal 3.837 de 02/02/2018, na formalização do Contrato de Patrocínio, sendo caso de afastamento do chamamento público, descrever as informações exigíveis pela lei.

Feitas as considerações cabíveis e pertinentes, ressalta-se que este Parecer tem caráter técnico opinativo, e nos termos expostos como fundamentado,

² Art. 7º A realização do processo seletivo público de que trata o § 1º do art. 6º desta Lei realizar-se-á por meio da publicação de edital de convocação dos interessados em apresentar projetos de patrocínio, que conterà, no mínimo, as seguintes informações:

§ 2º 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.

