



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"<sup>1</sup>: "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"**.

<sup>1</sup> 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, §2º<sup>2</sup> 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,

<sup>2</sup> 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.

