



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
PROCURADORIA SETORIAL JUNTO À SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

PROCESSO ADMINISTRATIVO ELETRÔNICO Nº 25/0811-0000115-0

MANIFESTAÇÃO JURÍDICA

Trata-se de processo administrativo eletrônico sobre a concessão de patrocínio pelo Estado, por meio da Secretaria de Comunicação, no montante estimado de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais), com rubrica destinada à publicidade institucional, para patrocínio do Evento “Fórum de Desenvolvimento e Competitividade - 2025”, que ocorrerá ao longo de 2025, a partir do mês de abril em seis cidades diferentes do Rio Grande do Sul (Ijuí, Gramado, Novo Hamburgo, Rio Grande, Porto Alegre e Caxias do Sul) e na cidade de São Paulo, totalizando sete encontros anuais.

O expediente está instruído com a proposta de patrocínio encaminhada pela empresa com a cota no valor de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais), conforme se pode verificar às fls. 30/57, sendo que o valor poderá ser parcelado em 10 prestações.

Posterior a isto, o Departamento de Publicidade e Marketing entrou em contato com a empresa patrocinada efetuando contraproposta para pagamento do valor de 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais) em sete parcelas de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), a ser paga após a comprovação da realização das contrapartidas em cada um dos eventos que ocorrerão ao longo do ano de 2025. A empresa respondeu ao e-mail indicando o encaminhamento de nova proposta, de acordo com o documento de fls. 58/60. Ainda, foi requerida pela SECOM a substituição de uma contrapartida referida na proposta inicial – consoante se pode verificar das fls. 2/29 dos autos.





ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
PROCURADORIA SETORIAL JUNTO À SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

O Departamento de Publicidade e Marketing da SECOM também se manifestou às fls. 61/64, destacando o atendimento aos requisitos do artigo 9º do Decreto Estadual 54.870/19, o fato de as contrapartidas a serem oferecidas pelo patrocinado se qualificarem como de *relevante interesse público*, bem como os critérios definidos para seleção do projeto a ser patrocinado. Por fim, foram apresentadas justificativas acerca da vantajosidade do custo para a administração.

Restou anexado o *briefing* às fls. 68/71.

São os autos agora remetidos a esta Procuradoria Setorial para Manifestação Jurídica quanto à viabilidade do patrocínio pretendido, em atenção às normas de regência, especialmente o Decreto Estadual n.º 54.870/19.

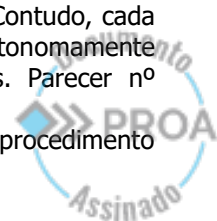
É o relatório.

1. Dos requisitos jurídico-formais para a celebração de contrato de patrocínio

No âmbito desta Procuradoria Setorial, os patrocínios são analisados à luz das conclusões firmadas na Orientação Jurídica Setorial nº 117/2023, cuja ementa segue transcrita:

CONTRATO DE PATROCÍNIO PARA PROJETO OU EVENTO PRIVADO. DIFERENCIAÇÃO EM RELAÇÃO À PUBLICIDADE. NÃO SUBMISSÃO A PRÉVIO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO. DESNECESSIDADE DE SUBMISSÃO AO COMITÊ ESTADUAL DE SUPERVISÃO DO REGIME DE RECUPERAÇÃO FISCAL. OBSERVÂNCIA DO DECRETO Nº 54.870/19. RECOMENDAÇÕES.

1. Patrocínio não se confunde com publicidade, tendo a natureza de um contrato atípico com dupla função de fomento e divulgação. Contudo, cada qual (patrocínio e publicidade) consiste numa categoria autonomamente distinta da outra, com contornos e características próprios. Parecer nº 19.170/22 da Procuradoria-Geral do Estado.
2. Os contratos de patrocínio não se sujeitam a prévio procedimento





25081100001150



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
PROCURADORIA SETORIAL JUNTO À SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

licitatório, por não envolverem obras, aquisições de bens, contratações de serviços, inclusive de publicidade, alienações ou locações. Logo, configuram situações não abarcadas pelo art. 1º da Lei Federal nº 8.666/93.

3. Ressalvados os casos das empresas estatais que exercem atividade econômica, o elemento de publicidade sempre será acessório nos contratos de patrocínio público para projeto e evento privado, sendo o móvel central que legitima tais contratações o fomento, por meio da atividade patrocinada, de objetivos esportivos, culturais, turísticos ou outros de relevante interesse público. Por outro lado, os projetos de mídia, comumente denominados patrocínio de mídia, que constituem aporte financeiro a projeto cuja única finalidade seja a veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação, configuram publicidade institucional, devendo ser submetidos aos limites do art. 37, § 1º, da Constituição Federal.

4. Uma vez atendidos os requisitos do art. 9º, caput e parágrafos, do Decreto nº 54.870/19 pelo setor técnico competente, o gestor público responsável pela despesa deverá atestar, sob sua exclusiva responsabilidade, que as contrapartidas a serem oferecidas pelo patrocinado qualificam-se como de relevante interesse público, o que é um pressuposto fundamental para a celebração do contrato de patrocínio.

5. Considerando que os patrocínios a projetos e eventos privados não se encontram vedados pelo Regime de Recuperação Fiscal, incabível sua submissão ao Comitê Estadual de Supervisão do Regime de Recuperação Fiscal, devendo ser mantida apenas a necessidade de aprovação prévia da Solicitação de Autorização de Ações de Comunicação - SAAC pelo Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios, quando o valor for igual ou superior a R\$ 50.000,00, por força do art. 2º do Decreto nº 54.870/19.

6. Os contratos de patrocínio devem conter as cláusulas de que trata o art. 12 e as de prestação de contas face ao art. 15, ambos do Decreto nº 54.870/19, sendo sua súmula publicada na imprensa oficial.

Feitas tais considerações, percebe-se a existência de algumas condições a serem observadas para que seja possível a firmação do contrato de patrocínio, as quais podem ser sintetizadas da seguinte forma:

- Especificação do **interesse público** que seria alcançado por meio do evento/projeto privado patrocinado, constituindo as hipóteses encartadas no art. 9 um rol exemplificativo de relevantes interesses de fomento social e legitimação estatal priorizados pela Administração Pública estadual;





ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
PROCURADORIA SETORIAL JUNTO À SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

- Demonstração da conexão das **contrapartidas de fomento e de publicidade** que decorrerão da ação de patrocínio, de um lado, com o alcance do interesse público especificado, por outro, sendo as primeiras um meio para o alcance da finalidade pública;
- Ateste de que houve a **adoção de critérios objetivos** para seleção da ação de patrocínio, ainda que por métodos estimativos, consideradas as contrapartidas apresentadas; e
- Justificativa sobre a adequação e compatibilidade do **valor a ser alocado** pelo Estado no evento/projeto privado, a título de patrocínio.

Nesse sentido, o Departamento de Publicidade e Marketing firmou a manifestação de fls. 61/64, ainda pendente de ratificação pela autoridade Ordenadora de Despesa, destacando o que segue:

Considerando a Orientação Jurídica Setorial nº 117/2023 da Coordenação-Geral das Assessorias Jurídicas da Administração Direta e Indireta, da Procuradoria-geral do Estado, com o objetivo de consubstanciar a declaração e ateste, na condição de gestor público responsável pela despesa de que foram atendidos os requisitos do art. 9º do Decreto Estadual nº 54.870/2019, a análise do projeto e a verificação de contrapartidas relevantes de interesse público, manifestamos o que segue. 1) Evidencia-se, no caso em tela, que se trata de projeto que:

I – promove o Estado do Rio Grande do Sul no Brasil e no Exterior, com vistas à captação de recursos financeiros e investimentos;

II – incentiva o desenvolvimento regional sustentável e a geração de emprego e renda para a comunidade local; emprego e renda para a comunidade local;

2) As contrapartidas a serem oferecidas pelo patrocinado qualificam-se como de relevante interesse público, o que é um pressuposto fundamental para a celebração do contrato de patrocínio. Assim pode ser entendido porque na ação o patrocinador terá sua marca associada a um evento de alto impacto, que reúne lideranças públicas e privadas e que irá promover discussões em áreas estratégicas, fortalecendo sua imagem como um agente de transformação e progresso. O evento será realizado em diversas cidades do Rio Grande do Sul e em São Paulo, ampliando a visibilidade e o impacto das ações patrocinadas, tanto em nível local quanto nacional. As pautas



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
PROCURADORIA SETORIAL JUNTO À SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

discutidas – como saneamento, sustentabilidade, infraestrutura, educação e segurança – são temas cruciais para o desenvolvimento do estado e do país, alinhando o patrocinador a causas de grande interesse público e social. O evento irá estimular o debate sobre soluções inovadoras que geram impactos positivos no desenvolvimento econômico e na qualidade de vida da população, reforçando o papel do patrocinador como promotor de melhorias sociais.

3) O principal critério que conduziu a escolha do Fórum de Desenvolvimento e Competitividade para patrocínio foi a sua relevância estratégica em promover o debate e a implementação de soluções inovadoras para os principais desafios do Rio Grande do Sul e do Brasil, como sustentabilidade, infraestrutura, inovação e desenvolvimento econômico e social. Este evento se destaca em relação a outros correlacionados, pois irá reunir líderes públicos e privados para discutir temas essenciais que podem acelerar o progresso social e econômico no Estado. O projeto Fórum de Desenvolvimento e Competitividade está diretamente vinculado aos objetivos do governo, como o fortalecimento da economia local, o avanço de políticas públicas eficazes e o estímulo a práticas empresariais sustentáveis. Ao patrocinar o Fórum, o governo reforça sua imagem como líder em iniciativas voltadas ao progresso e à sustentabilidade, além de promover o engajamento com outras lideranças chave. Além de oferecer um espaço único para estreitar laços com outros atores governamentais e privados, potencializando resultados a longo prazo.

A singularidade do evento se dá também, pois o tema da Competitividade é trabalhado única e exclusivamente pelo Centro de Liderança Pública (CLP), em parceria com a Tendências Consultoria que compilam o Ranking de Competitividade dos Estados, e analisa a performance dos estados brasileiros com base em 99 indicadores. Tendo como objetivo incentivar a melhoria da gestão e qualidade das políticas públicas.

4) Observa-se que o patrocínio tem um custo previsto de R\$ 350.000,00. É vantajoso para a administração pública, porque oferece um conjunto de contrapartidas que maximizam o retorno do investimento público. A oportunidade de fortalecer a imagem do governo em um evento itinerante, abrangendo sete cidades, demonstra um impacto ampliado em comparação com o Fórum de Competitividade e Reconstrução do RS, realizado em 2024 também pela CLP, que foi um evento único ao custo de R\$ 100.000,00. Em comparação com o evento de 2024, o investimento agora dilui o custo por evento, sendo aproximadamente R\$ 50.000,00 por cidade, o que é extremamente competitivo considerando o alcance e as contrapartidas oferecidas. Este projeto alcançará diretamente comunidades e lideranças em seis cidades do Rio Grande do Sul, além de São Paulo, o que proporciona uma presença significativa e diversificada. A realização em várias localidades garante um público mais amplo, incluindo representantes de setores estratégicos em diferentes regiões. A presença em São Paulo, um dos principais polos econômicos do país, aumenta o potencial de parcerias estratégicas e atrai investidores para o estado. O investimento no Fórum de Desenvolvimento e Competitividade 2025 representa uma oportunidade estratégica de amplificar a comunicação das ações do governo, fortalecer sua



**ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
PROCURADORIA SETORIAL JUNTO À SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**

marca e catalisar resultados positivos nas áreas de desenvolvimento e sustentabilidade.

Era o que se tinha a manifestar.

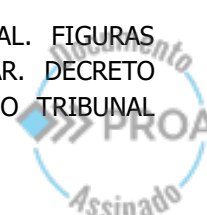
Dessa forma, o expediente deverá ser encaminhado ao Titular da Pasta para que, sob seu juízo de ponderação e responsabilidade, declare, pormenorizadamente, a presença de relevante interesse público nas contrapartidas de fomento social e publicidade oferecidas, a adequação e proporcionalidade do valor a ser alocado, o critério utilizado para seleção interna e o ramo de atividade envolvido na ação. Afinal, tais requisitos constituem pressuposto fundamental para a celebração de contratos de patrocínio, conforme Parecer nº 19.474/19, Orientação Jurídica Setorial nº 117/2023 e Parecer nº 20.578/24. Para tanto, caso prefira, a autoridade administrativa poderá ratificar a declaração juntada ao presente expediente administrativo pelo Departamento de Publicidade e Marketing.

Por fim, quanto à contraproposta de parcelamento de fls. 58/60, a qual foi aceita pela empresa a ser patrocinada, deverá ser justificada a vantajosidade a partir da mensuração das entregas de cada um dos eventos para o pagamento da parcela subsequente, objetivando a redução dos riscos do contrato de patrocínio.

2. Das formalidades a serem cumpridas pelo gestor antes da assinatura do instrumento contratual

A Administração Pública não tem o dever de licitar para a celebração de contratos de patrocínio, porquanto estes não envolverem a prestação de serviços ou o fornecimento de bens, conforme entendimento da Orientação Jurídica Setorial nº 117/2023, reiterado pelo Parecer nº 20.578/24, cuja ementa ora se transcreve:

CONTRATO DE PATROCÍNIO. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. FIGURAS JURÍDICAS DISTINTAS. AUSÊNCIA DO DEVER DE LICITAR. DECRETO ESTADUAL Nº 54.870/2019. ENTENDIMENTO DO SUPREMO TRIBUNAL





**ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
PROCURADORIA SETORIAL JUNTO À SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**

FEDERAL. APLICABILIDADE SUBSIDIÁRIA DA LEI FEDERAL Nº 14.133/2021. ENQUADRAMENTO ORÇAMENTÁRIO. NECESSIDADE DE DECLARAÇÃO DO GESTOR PÚBLICO. PARECERES Nº 19.170/2019, Nº 19.474/2022 Nº 20.537/2024.

1. As contratações de publicidade e de patrocínio não se confundem, consistindo em figuras diversas, previstas, no âmbito estadual, em incisos independentes do artigo 1º do Decreto Estadual nº 54.870/2019.

2. Em razão das características do contrato de patrocínio, que não envolve a prestação de serviços ou o fornecimento de bens, inexistente, para a Administração Pública, o dever de licitar, conforme entendimento do Supremo Tribunal Federal já abordado no Parecer nº 19.170/2022 e na OJS nº 117/2023. Para a formalização do contrato de patrocínio, é imprescindível, além do respeito aos princípios constitucionais da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade e da eficiência, a realização de prestação de contas, bem como a observância do Decreto Estadual nº 54.870/2019.

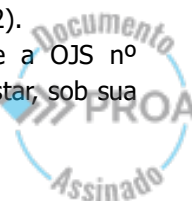
3. A desnecessidade de licitar, no entanto, não afasta a incidência da Lei Federal nº 14.133/2021 - e, anteriormente, da Lei Federal nº 8.666/1993 -, naquilo em que há compatibilidade. Em razão da aplicação das normas de contratações administrativas aos contratos de patrocínio no que couber, não se verifica superação do entendimento administrativo com a publicação do Parecer nº 20.537/2024.

4. Nos termos da fundamentação, é possível e recomendável a utilização das regras sobre inexigibilidade de licitação, especialmente os artigos 72 e 74, caput, da Lei Federal nº 14.133/2021, para a formalização do contrato de patrocínio. Além disso, a vedação à contratação direta, por inexigibilidade de licitação, de serviços de publicidade - artigo 74, inciso I, da Lei Federal nº 14.133/2021 - não incide sobre o contrato de patrocínio, pois as figuras jurídicas não se confundem.

5. A nomenclatura da rubrica orçamentária, por si só, não restringe sua utilização. Nos casos de nomenclatura dúbia ou imprecisa, o gestor público deve motivar o enquadramento da despesa (artigo 20, parágrafo único, do Decreto-Lei nº 4.657/1942), atestando o conteúdo da rubrica sob a perspectiva do planejamento orçamentário original e garantindo sua regularidade.

6. No caso de rubricas orçamentárias de publicidade, de publicidade institucional e de patrocínio, recomenda-se a utilização de denominações independentes nos planejamentos orçamentários futuros, sem prejuízo de um regime de transição (artigo 23 do Decreto-Lei nº 4.657/1942).

7. Conforme Pareceres nº 19.474/2022 e nº 19.170/2022 e a OJS nº 117/2023, deve o gestor público responsável pela despesa atestar, sob sua





25081100001150



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
PROCURADORIA SETORIAL JUNTO À SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

responsabilidade, que as contrapartidas oferecidas pelo patrocinado são de interesse público.

Dada a necessidade de atendimento aos princípios constitucionais administrativos da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, recomenda-se a aplicação do instituto da inexigibilidade de licitação previsto no art. 74, *caput*, da Lei Federal nº 14.133/21 e, por conseguinte, de regras do art. 72 da citada Lei. Desse modo, a inexigibilidade deve ser declarada pelo Ordenador de Despesa com a consequente publicação da Súmula de Inexigibilidade no Diário Oficial do Estado.

Considerando a utilização de rubrica orçamentária de “publicidade institucional”, o Ordenador de Despesa deve declarar que, inobstante a dúvida ou imprecisa denominação constante da Lei Orçamentária Anual de 2024, tal rubrica abrange também as ações de patrocínio, tendo em conta o planejamento orçamentário original realizado por sua Pasta quando da elaboração do Orçamento vigente.

Quanto ao instrumento contratual a ser subscrito pelo Ordenador de Despesa, deve ser incluída cláusula expressa sobre o dever de prestação de contas pelo patrocinado no que tange aos recursos recebidos do Estado do Rio Grande do Sul, em observância ao Parecer nº 19.474/19, à Orientação Jurídica Setorial nº 117/2023 e ao Parecer nº 20.578/24. Por essa razão, após a aprovação da SAAC pelo Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios, o expediente deverá ser devolvido a esta Procuradoria Setorial para elaboração da minuta do contrato.

Por fim, registra-se que a presente manifestação possui natureza estritamente jurídica, não tendo o condão de cancelar opções técnicas adotadas pela Administração, nem de emitir juízo de conveniência e oportunidade.





25081100001150



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
PROCURADORIA SETORIAL JUNTO À SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

É a manifestação jurídica que se submete, porém, à análise superior.

Porto Alegre/RS, 21 de janeiro de 2025.

Viviane Ramos Carvalho
Analista Jurídico Setorial
Matrícula 4959841



9

Procuradoria Setorial junto à Secretaria de Comunicação
Palácio Piratini - Praça Marechal Deodoro, s/n - Centro Histórico - Porto Alegre – RS
Fone (51) 3213.0701 / E-mail: procuradoria-setorial@secom.rs.gov.br



25081100001150

Nome do documento: MJS_Patrocinio_SECOM_Forum_de_Competitividade.pdf

Documento assinado por

Órgão/Grupo/Matrícula

Data

Viviane Ramos Carvalho

SECOM / PROCSETORIAL / 4959841

21/01/2025 09:31:19





ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
PROCURADORIA SETORIAL JUNTO À SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

PROCESSO ADMINISTRATIVO ELETRÔNICO Nº 25/0811-0000115-0

DESPACHO

Vistos. Aprovo a Manifestação Jurídica supra.

Primeiramente, encaminhe-se o expediente ao Departamento de Publicidade e Marketing, para justificar a vantajosidade da contraproposta de fls. 58/60, sobretudo para enfatizar os benefícios decorrentes da mensuração das entregas de cada um dos eventos previamente à realização do subsequente, o que, em tese, reduz os riscos do contrato de patrocínio.

Após, submeta-se ao Titular da Pasta para que, sob seu juízo de ponderação e responsabilidade, declare, pormenorizadamente, a presença de interesse público nas contrapartidas de fomento social e publicidade oferecidas, a adequação e proporcionalidade do valor a ser alocado, o critério utilizado para seleção interna e o ramo de atividade envolvido na ação, uma vez que tais requisitos constituem pressuposto fundamental para a celebração de contratos de patrocínio, conforme o Parecer nº 19.474/19, a Orientação Jurídica Setorial nº 117/2023 e o Parecer nº 20.578/24. Para tanto, a autoridade administrativa poderá ratificar a declaração juntada ao presente expediente administrativo pelo Departamento de Publicidade e Marketing.

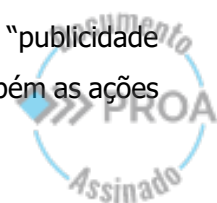
Na sequência, prossiga-se com a geração da SAAC e sua aprovação pelo Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios e, após, restitua-se o expediente à Procuradoria Setorial para fins de elaboração das minutas de:

a) declaração de inexigibilidade de licitação na forma do art. 74, *caput*, da Lei Federal nº 14.133/21, com a respectiva Súmula de Inexigibilidade a ser publicada no Diário Oficial do Estado;

b) declaração de que, inobstante a dúbia ou imprecisa denominação constante da Lei Orçamentária Anual de 2024, a rubrica orçamentária de "publicidade institucional" prevista na unidade orçamentária da SECOM abrange também as ações

1

Procuradoria Setorial junto à Secretaria de Comunicação
Palácio Piratini - Praça Marechal Deodoro, s/n - Centro Histórico - Porto Alegre – RS
Fone (51) 3213.0701 / E-mail: procuradoria-setorial@secom.rs.gov.br





**ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
PROCURADORIA SETORIAL JUNTO À SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**

de patrocínio, tendo em conta o planejamento orçamentário original realizado pela Pasta quando da elaboração do Orçamento vigente; e

c) contrato de patrocínio no qual constará cláusula expressa sobre o dever de prestação de contas pelo patrocinado no que tange aos recursos recebidos do Estado do Rio Grande do Sul.

Porto Alegre/RS, 21 de janeiro de 2025.

**John de Lima Fraga Júnior,
Coordenador do Sistema de Advocacia de Estado, em exercício.
Procuradoria Setorial junto à Secretaria de Comunicação.**





25081100001150

Nome do documento: despacho_Patrocinio_SECOM_Forum_de_Competitividade.pdf

Documento assinado por

Órgão/Grupo/Matrícula

Data

John de Lima Fraga Júnior

SECOM / PROCSETORIAL / 286914402

21/01/2025 16:19:07

