GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ

DECRETO Nº 3013 DE 18 DE ABRIL DE 2024

Dispõe sobre os procedimentos a serem adotados nas ações de patrocínio da Administração Pública Direta, Autárquica e Fundacional do Poder executivo e dá outras providências.

O GOVERNADOR DO ESTADO DO AMAPÁ, no uso das atribuições que lhe confere o art. 119, inciso VIII, da Constituição do Estado do Amapá, tendo em vista o disposto na Lei Estadual nº 2.954, de 14 de dezembro de 2023,

D E C R E T A:

Art. 1º Este Decreto dispõe sobre os procedimentos a serem adotados nas ações de patrocínio da Administração Pública direta, autárquica e fundacional do Poder Executivo.

Art. 2º Para efeito deste decreto consideram-se:

I - patrocínio: ação de comunicação que se realiza por meio da aquisição do direito de associação de marca de produtos e serviços do patrocinador a projeto de iniciativa de terceiro, mediante a celebração de contrato de patrocínio;

II - objetivos do patrocínio: gerar identificação e reconhecimento do patrocinador por meio da iniciativa patrocinada, ampliar relacionamento com públicos de interesse, divulgar marcas, produtos, serviços, posicionamentos, programas e políticas de atuação, ampliar vendas e agregar valor à marca do patrocinador;

III - patrocinador: órgão ou entidade da Administração Pública que, no exercício de suas atividades, constata a conveniência e oportunidade de patrocinar como forma de garantir o atendimento ao interesse público;

IV - patrocinado: pessoa física ou jurídica que oferece ao patrocinador a oportunidade de patrocinar projeto;

V - projeto de patrocínio: iniciativa do patrocinado, descrita em documento em que apresenta as características, as justificativas e a metodologia de sua execução, estabelece cotas de participação, contrapartidas e condições financeiras e informa outras singularidades da ação proposta ao patrocinador;

VI - contrapartida: obrigação contratual do patrocinado que expressa o direito de associação da marca do patrocinador ao projeto patrocinado, tais como:

a) exposição da marca do patrocinador e/ou de seus produtos e serviços nas peças de divulgação do projeto;

b) iniciativas de natureza negocial oriundas dessa associação;

c) autorização para o patrocinador utilizar nomes, marcas, símbolos, conceitos e imagens do projeto patrocinado;

d) adoção, pelo patrocinado, de práticas voltadas ao desenvolvimento social e ambiental;

VII - contrato de patrocínio: instrumento jurídico para a formalização do patrocínio em que o patrocinador e o patrocinado estabelecem seus direitos e obrigações.

Art. 3º Não são considerados patrocínio para os fins deste Decreto:

I - cessão gratuita de recursos humanos, materiais, bens, produtos e serviços;

II - qualquer tipo de doação;

III - ação compensatória decorrente de obrigação legal do patrocinador;

IV - simples ocupação de espaço e/ou montagem de estande sem direito à divulgação de produtos, serviços, marcas, conceitos e programas do patrocinador e de políticas públicas associadas ao evento;

V - ação promocional executada pelo próprio patrocinador com o objetivo de divulgar e promover produtos, serviços, marcas, conceitos e políticas públicas junto a públicos de interesse.

Parágrafo único. As situações não classificáveis nas hipóteses previstas nos incisos I a V serão analisadas e decididas pelo Comitê de Patrocínios de que trata o art. 6º, de acordo com o conceito de patrocínio adotado por este Decreto.

Art. 4º O patrocinador, para garantir o atendimento ao interesse público, observará os princípios da legalidade, moralidade, transparência, eficiência, racionalidade, e as seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada patrocínio:

I - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;

II - preservação da identidade estadual e valorização dos elementos simbólicos da cultura estadual e regional;

III - estímulo às ações de promoção ao desenvolvimento humano e ao respeito ao meio ambiente;

IV - vedação do uso de nomes, símbolos e imagens que caracterizem promoção pessoal de servidores públicos;

V - adequação de mensagem, de linguagem e de canal aos diferentes segmentos de público;

VI - uniformização do uso de marca, conceito e identidade visual utilizados na comunicação de governo;

VII - valorização de estratégia de comunicação regionalizada;

VIII - difusão de boas práticas na área de comunicação.

Art. 5º As diretrizes de atuação do patrocinador deverão ser adequadas às especificidades do patrocínio.

§ 1º Constituem diretrizes a serem observadas, entre outras:

I - transparência: divulgação ampla das políticas, diretrizes e normas de acesso ao patrocínio;

II - democratização: adoção preferencial de critérios e mecanismos de seleção pública;

III - regionalização: desconcentração espacial da execução do patrocínio;

IV - sustentabilidade: adoção de critérios e de ações nos projetos patrocinados que fomentem o emprego de práticas sustentáveis em eventos;

V - acessibilidade: promoção da acessibilidade de idosos e de pessoas com mobilidade reduzida ou com deficiência aos ambientes dos eventos e aos produtos e serviços decorrentes do projeto patrocinado.

§ 2º Independentemente do processo de seleção adotado, a análise prévia das propostas de patrocínio será feita com base em critérios objetivos.

Art. 6º Fica instituído o Comitê de Patrocínios, com atuação em regime de colegiado, regulado por seu regimento interno, cabendo-lhe precipuamente a decisão, em caráter terminativo, sobre a conveniência e a oportunidade das propostas de patrocínio encaminhadas para sua apreciação, além de:

I - estimular propostas de patrocínio vinculadas a políticas públicas;

II - incentivar iniciativas compartilhadas que contribuam para a efetividade dos resultados dos patrocínios, considerados os propósitos de comunicação específicos dos patrocinadores;

III - manifestar sobre programas, políticas, diretrizes e planos de patrocínio encaminhados por integrantes do Sistema de Comunicação da Administração Pública direta e indireta do Poder Executivo;

IV - orientar o uso de marcas do Governo nos patrocínios;

V - identificar e propor a difusão de boas práticas de patrocínio;

VI - articular e coordenar patrocínio que exija esforço integrado de comunicação de órgãos e entidades da Administração Pública direta e indireta do Poder Executivo.

§ 1º Não compete ao Comitê de Patrocínios a análise quanto a aspectos formais e de seleção das propostas submetidas pelos patrocinadores, devendo a sua atuação ficar adstrita ao disposto no caput e nos incisos deste artigo.

§ 2º O Comitê de Patrocínios poderá adotar procedimentos para imprimir celeridade as suas atividades, em especial, na análise e manifestação sobre as propostas de patrocínio aprovadas pelo patrocinador mediante seleção pública.

Art. 7º O Comitê de Patrocínios será composto pelos seguintes titulares:

I – Secretaria de Estado de Governo e Gestão Estratégica - SEGOV, que o presidirá;

II – Gabinete do Governador – GAB/GOV;

III – Secretaria de Estado da Cultura - SECULT;

IV – Secretaria de Estado do Turismo – SETUR;

V – Secretaria de Estado do Planejamento - SEPLAN;

VI – Secretaria de Estado do Desporto e Lazer - SEDEL;

VII – Secretaria de Estado da Ciência e Tecnologia – SETEC e;

VIII – Secretaria de Estado da Comunicação – SECOM.

§ 1º O Comitê de Patrocínios elaborará o seu regimento interno e expedirá normas complementares às deste decreto.

§ 2º Caberá aos membros titulares designar seus respectivos suplentes, nos termos do regimento.

§ 3º O Comitê de Patrocínios deliberará pela maioria absoluta de seus membros, cabendo ao Presidente o exercício do voto de qualidade.

§ 4º Compete ao presidente decidir *ad referendum* do comitê sobre propostas urgentes, assim consideradas aquelas passíveis de perda de objetivo.

§ 5º Poderão participar das reuniões do Comitê de Patrocínios, órgãos ou entes da administração pública direta ou indireta, representantes de outros Poderes, bem como instituições privadas de atuação em áreas de interesse público.

§ 6º A atuação no Comitê será considerada atividade de relevante interesse público, mas sem remuneração aos seus membros e participantes.

Art. 8º O Comitê de Patrocínios poderá convidar autoridades, especialistas, profissionais e representantes de instituições públicas e privadas para participar de suas reuniões.

Art. 9º Ficam dispensadas de apreciação pelo Comitê de Patrocínios as propostas com valor inferior a R$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), desde que não se refiram a parcelas de um mesmo patrocínio de maior vulto.

§ 1º A exatidão das informações prestadas nas propostas de patrocínio submetidas ao Comitê de Patrocínios é de exclusiva responsabilidade do patrocinado.

§ 2º Cabe ao patrocinador, por ato fundamentado, solicitar ao Comitê de Patrocínios a substituição ou o cancelamento de proposta anteriormente aprovada.

§ 3º A execução do patrocínio requer a prévia comunicação de aprovação pelo Comitê de Patrocínios, nos termos da competência prevista no caput do art. 6º, bem como pela autoridade competente do patrocinador, observadas as disposições deste decreto.

Art. 10. As reuniões do Comitê de Patrocínios serão realizadas conforme calendário anual a ser divulgado no primeiro mês de cada ano.

§ 1º Por convocação do Presidente ou por solicitação de qualquer membro do Comitê de Patrocínios, poderão ser realizadas reuniões extraordinárias e temáticas.

§ 2º Toda e qualquer reunião do Comitê de Patrocínios poderá ser realizada eletronicamente.

Art. 11. As propostas a serem examinadas pelo Comitê de Patrocínios deverão ser recebidas em sua Secretaria Executiva, com antecedência de, no mínimo, cinco dias úteis contados da data da reunião programada.

Parágrafo único. O Comitê de Patrocínios poderá, excepcionalmente, receber e apreciar proposta fora do prazo desde que motivada a intempestividade.

Art. 12. O contrato celebrado entre patrocinador e patrocinado, conforme definido no inciso VII do art. 2º, é o meio jurídico necessário e suficiente para formalizar o patrocínio e obedecerá, no que couber, a legislação aplicável aos contratos da Administração Pública.

§ 1º A fixação do valor do patrocínio deverá ser pautada pela expectativa de alcance dos objetivos previstos no inciso II do art. 2º, sem vinculação aos custos da iniciativa patrocinada.

§ 2º Para a contratação e o pagamento do patrocínio ou de suas parcelas, o patrocinador deve exigir do patrocinado a apresentação dos documentos de habilitação jurídica e de regularidade fiscal.

§ 3º O patrocinador deverá exigir do patrocinado, antes da assinatura do contrato, declaração formal de que está adimplente com exigências contratuais de eventual patrocínio anterior celebrado com órgão ou entidade da Administração Pública.

§ 4º É vedada a contratação de patrocínio por intermédio de agências de publicidade ou de promoção.

§ 5º É vedada a contratação de patrocínio com patrocinado que mantenha contrato de prestação de serviços de publicidade ou de promoção com o patrocinador.

§ 6º O Contrato de Patrocínio de que trata este Decreto será publicado no sítio oficial eletrônico do órgão ou ente da administração pública patrocinador.

§ 7º O Contrato de Patrocínio de que trata esta Lei deverá sempre atender ao interesse público.

Art. 13. No contrato deverá constar o direito de associação por meio da divulgação da marca, produto, serviço, programa, posicionamento e estratégias negociais do patrocinador.

Art. 14. Entre as contrapartidas, deverá constar obrigatoriamente a inclusão ou a menção da marca do Governo do Estado em ações de divulgação do projeto patrocinado.

Art. 15. Sempre que possível e sem ônus adicional, o patrocinador deverá estabelecer contrapartidas contratuais que assegurem o acesso do público aos produtos oriundos do patrocínio, mediante sua disponibilização em órgãos e entidades da Administração Pública e em outros meios de divulgação.

Art. 16. Cabe ao patrocinador verificar o cumprimento das cláusulas contratuais e o alcance dos objetivos de comunicação do patrocínio.

Parágrafo único. A avaliação de resultados poderá ser efetuada por meio de pesquisas, enquetes, relatórios gerenciais e controles sistematizados, entre outras formas de aferição.

Art. 17. O patrocinador e o patrocinado responderão pela boa execução do contrato de patrocínio.

Art. 18. Para a avaliação de resultados alcançados com o patrocínio, o patrocinador deverá adotar critérios objetivos em consonância com:

I - os objetivos de comunicação;

II - a natureza e a diversidade das ações preestabelecidas;

III - o público-alvo;

IV - as diretrizes e as estratégias do patrocinador;

V - o volume de recursos despendidos.

Parágrafo único. O patrocinador deverá submeter relatório final de avaliação de resultados ao Comitê de Patrocínios, com vistas a orientar as deliberações futuras.

Art. 19. O patrocinador exigirá a Prestação de Contas dos recursos financeiros despendidos para a aquisição da cota de patrocínio, estando o patrocinado obrigado a apresentá-la no prazo de até 30 (trinta) dias após o encerramento da vigência do contrato de patrocínio.

Parágrafo único. O patrocinado deverá instruir a Prestação de Contas com relatório final que comprove a efetiva realização da ação patrocinada, o cumprimento das contrapartidas firmadas no contrato de patrocínio e a utilização da marca do Governo do Estado do Amapá.

Art. 20. O patrocinador, por meio do seu órgão competente, emitirá parecer sugerindo a aprovação ou reprovação da Prestação de Contas apresentada pelo patrocinado.

Art. 21. O patrocinador, sob pena de responsabilização solidária, deverá proceder à Tomada de Contas Especial, no prazo de até 30 (trinta) dias após o encerramento do prazo de apresentação da Prestação de Contas do patrocinado, nas seguintes situações:

I - omissão do patrocinado no dever de prestar contas;

II - ausência de saneamento de inconsistências na Prestação de Contas;

III - não cumprimento das contrapartidas firmadas no contrato de patrocínio;

IV - prática de qualquer ato ilegal, ilegítimo ou antieconômico e que resulte dano ao erário.

Art. 22. Os casos omissos serão deliberados pelo Comitê de Patrocínios.

Art. 23. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

CLÉCIO LUIS VILHENA VIEIRA
Governador

SiG·Docs Autenticação Eletrônica

Cód. verificador: 233656303. Cód. CRC: 62E4EEF
Documento assinado eletronicamente por **CLÉCIO LUIS VILHENA VIEIRA**, GOVERNADOR, em 18/04/2024, conforme decreto nº 0829/2018. A autenticidade do documento pode ser conferida no site: https://sigdoc.ap.gov.br/autenticador