



LEIS E DECRETOS



DECRETO Nº 16.266, DE 03 DE NOVEMBRO DE 2015

Regulamenta o art. 29-A, II, da Lei Complementar nº 28, de 09 de junho de 2003, disciplina patrocínio dos órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Estadual, e dá outras providências.

O GOVERNADOR DO ESTADO DO PIAUÍ, no uso das atribuições que lhe conferem os incisos I, V, VI e XIII, do art. 102, da Constituição Estadual, e,

CONSIDERANDO ser a Coordenadoria de Comunicação Social – CCOM – órgão responsável pela política de comunicação e divulgação oficial do Governo do Estado;

CONSIDERANDO competir à CCOM coordenar, normatizar, supervisionar e controlar o patrocínio dos órgãos e entidades da Administração Pública estadual, na forma do art. 29-A, II, da Lei Complementar nº 28, de 09 de junho de 2003;

CONSIDERANDO a necessidade de uniformizar os procedimentos e rotinas a serem adotados por ocasião do patrocínio de projetos por parte da Administração Pública estadual,

DECRETA:

Art. 1º Este Decreto regulamenta o patrocínio dos órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Estadual.

Art. 2º Para os efeitos deste Decreto, considera-se:

I – patrocínio: ação de comunicação que se realiza por meio da aquisição do direito de associação da marca e/ou 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 estadual que, no exercício de suas atividades, constata a conveniência e oportunidade de patrocinar;

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

V – contrato de patrocínio: instrumento jurídico para a formalização do patrocínio, em que patrocinador e patrocinado estabelecem seus direitos e obrigações;

VI – termo aditivo: instrumento que tenha por objetivo a modificação de contrato celebrado, vedada a alteração do objeto aprovado;

VII – 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;

VIII – 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.

Art. 3º As disposições deste Decreto não se aplicam:

I – aos eventos nos quais os órgãos ou entidades do Poder Executivo estadual sejam realizadores ou dos quais participem apenas mediante a compra de espaço físico para divulgação institucional ou de potencialidades do Estado;

II – aos eventos que sejam custeados exclusivamente por órgão ou entidade da administração direta ou indireta estadual, excepcionadas as empresas públicas e sociedades de economia mista;

III – à cessão gratuita de recursos humanos, materiais, bens, produtos e serviços;

IV – a qualquer tipo de doação que não envolva contrapartida ao patrocinador;

V – a projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação, com entrega em espaços publicitários;

VI – à permuta de materiais, produtos ou serviços pela divulgação de conceito de posicionamento e/ou exposição de marca;

VII – ao aporte financeiro a projeto cuja contrapartida seja o recebimento de tempo e/ou espaço de mídia em veículo de divulgação para uso exclusivo do patrocinador, sem associação com o projeto patrocinado;

VIII – ao aporte financeiro a projeto de transmissão de evento executado por veículos de divulgação;

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

X – à ação promocional executada pelo próprio patrocinador com o objetivo de divulgar ou promover produtos, serviços, marcas, conceitos ou políticas públicas junto a públicos de interesse.

Art. 4º O patrocínio por parte dos órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo estadual deverá ser formalizado por contrato, conforme as disposições indicadas neste Decreto.

§ 1º É obrigatória a inserção da marca do Governo do Estado em ação ou material relacionado com a execução do objeto patrocinado.

§ 2º Em caráter excepcional, a inserção referida no parágrafo anterior poderá ser dispensada pela Coordenadoria de Comunicação Social – CCOM, em razão da conveniência institucional ou mediante justificativa apresentada pelo patrocinador.

Art. 5º Não é necessário que o patrocínio tenha pertinência temática com a área de atuação do patrocinador.

Art. 6º Os órgãos ou entidades patrocinadores deverão pautar suas atuações com base nos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, igualdade, publicidade, probidade administrativa, bem como nas seguintes diretrizes:

- I – isonomia e coerência na gestão dos patrocínios;
- II – promoção da cidadania e do desenvolvimento humano;
- III – sustentabilidade e responsabilidade social;
- IV – promoção do Estado do Piauí no Brasil e no exterior;
- V – atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;
- VI – valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual ou religiosa.



- VII –valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;
- VIII– vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;
- IX – adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;
- X – uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo; e
- XI – observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos.

Art. 7º A iniciativa para obtenção do apoio governamental poderá ocorrer:

- I – pela própria pessoa interessada no patrocínio; ou
- II – pela própria Administração Pública, no caso de esta manifestar interesse na realização de evento específico, ocasião em que o apoio poderá se concretizar mediante processo de seleção pública de projeto.

Art. 8º O contrato celebrado entre patrocinador e patrocinado, conforme definido neste Decreto, constitui-se no instrumento necessário e suficiente para formalizar o patrocínio.

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

§ 2º Para a contratação e pagamento do patrocínio ou de parcelas deste, 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 estadual.

§ 4º É vedada a contratação de patrocínio por intermédio de agência de publicidade.

§ 5º Sempre que possível e sem ônus adicional, o patrocinador deverá estabelecer contrapartidas contratuais que assegurem o acesso aos produtos oriundos do patrocínio, mediante sua disponibilização em órgãos e entidades da administração pública.

Art. 9º Na hipótese do art. 7º, I, a pessoa interessada em obter o patrocínio deverá apresentar o projeto relacionado à ação a ser apoiada, em prazo não inferior a 60 (sessenta) dias da sua realização, mediante requerimento a ser dirigido à CCOM.

Parágrafo único. A Coordenadoria de Comunicação Social poderá dispensar a exigência de apresentação do projeto, a depender das circunstâncias e peculiaridades da ação a ser apoiada, bem como avaliar a possibilidade de se relevar a solicitação de apoio em prazo inferior ao estabelecido no caput deste artigo.

Art. 10. Com base na solicitação apresentada na forma do artigo anterior, a CCOM deverá:

- I – apreciar o requerimento formulado pela entidade interessada, considerando a adequação do projeto a ser apoiado com a política de publicidade do Estado;
- II – avaliar, a conveniência e oportunidade da concessão de patrocínio, considerando o interesse público envolvido e a disponibilidade orçamentária e financeira.
- III – definir a contrapartida a ser oferecida ao patrocinador, relacionada à publicidade da marca do Governo do Estado; e

IV – encaminhar os autos do processo ao órgão ou entidade patrocinador, quando for o caso.

Parágrafo único. A CCOM poderá convocar órgãos ou entidades estaduais cuja missão institucional tenha relação com a ação a ser apoiada, para avaliar a conveniência e oportunidade da concessão do patrocínio.

Art. 11. Ao receber o processo da Coordenadoria de Comunicação Social – CCOM, a autoridade administrativa competente do órgão ou entidade patrocinador, deverá:

- I – elaborar termo de inexigibilidade de licitação, observando as formalidades previstas no art. 26 da Lei federal nº 8.666/93;
- II – elaborar minuta do contrato de patrocínio; e
- III – celebrar o contrato de patrocínio e acompanhar seu fiel cumprimento.

Art. 12. Por ocasião do pagamento à entidade patrocinada, o patrocinador deve exigir a apresentação de documentos referidos no art. 8º, § 2º, deste Decreto, devidamente atualizados.

Art. 13 Cabe ao patrocinador verificar o cumprimento das cláusulas contratuais.

Art. 14 Para a prestação de contas do patrocínio, o patrocinador exigirá do patrocinado a comprovação da realização da iniciativa patrocinada e das contrapartidas previstas no contrato.

Art. 13. Não serão aceitas aquisições, com os recursos provenientes do patrocínio, dos seguintes produtos:

- I – bebidas alcoólicas;
- II – medicamentos;
- III – produtos de higiene pessoal; e
- IV – cigarro e derivados.

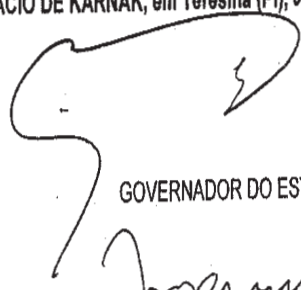

Parágrafo único. Todos os valores gastos com produtos relacionados nos incisos acima deverão ser restituídos ao patrocinador.

Art. 14 Será vedada a concessão de patrocínio, por período de 5 (cinco) anos no âmbito da Administração Pública estadual, a entidade que tenha tido contas reprovadas referentes a recursos anteriormente repassados para esse fim.

Art. 15. A CCOM poderá expedir normas complementares ao fiel cumprimento deste Decreto.

Art. 16. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

PALÁCIO DE KARNAK, em Teresina (PI), 03 de NOVEMBRO de 2015


GOVERNADOR DO ESTADO

SECRETÁRIO DE GOVERNO