



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA  
Gabinete de Consultoria Legislativa

**DECRETO Nº 54.870, DE 13 DE NOVEMBRO DE 2019.**  
(publicado no DOE n.º 223, de 14 novembro de 2019)

Dispõe sobre a realização de despesas com ações de comunicação dos órgãos e das entidades da administração pública direta e indireta do Estado do Rio Grande do Sul.

**O GOVERNADOR DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL**, em exercício, no uso das atribuições que lhe confere o art. 82 incisos V e VII, da Constituição do Estado,

CAPÍTULO I  
DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

**Art. 1º** Este Decreto dispõe sobre a realização de despesas com ações de comunicação dos órgãos e entidades da administração pública direta e indireta do Estado do Rio Grande do Sul, bem como cria o Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios.

**Parágrafo único.** Para os fins deste Decreto, consideram-se ações de comunicação promovidas ou custeadas pelos órgãos ou pelas entidades integrantes do Poder Executivo Estadual:

I – publicidade, que se classifica em:

- a) publicidade de utilidade pública;
- b) publicidade institucional; e
- c) publicidade mercadológica;

II – eventos institucionais, comemorativos, promocionais e informativos; e

III – patrocínios com concessão de apoio financeiro.

**Art. 2º** Compete ao Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios, colegiado de caráter consultivo e deliberativo:

I – formular, planejar e acompanhar a política de publicidade, de eventos e de patrocínios do governo;

II – autorizar previamente todas as despesas com publicidade, independentemente de valor, a serem promovidas ou custeadas, a qualquer título, pelos órgãos e entidades da administração pública estadual direta e indireta, inclusive as sociedades de economia mista;

III – autorizar previamente as despesas com eventos a serem promovidos ou custeados, a qualquer título, pelos órgãos e entidades da administração pública direta e indireta, inclusive as sociedades de economia mista, quando o valor for igual ou superior à R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais);

IV – autorizar previamente as despesas com patrocínios dos órgãos e das entidades da administração direta e indireta, inclusive das sociedades de economia mista, quando o valor for igual ou superior à R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais); e

V – exercer outras funções que lhe sejam atribuídas pelo Governador do Estado.

**Parágrafo único.** As despesas com patrocínios que não superarem o valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) serão autorizadas previamente pelo Secretário de Estado de

Comunicação, que poderá submetê-las ao Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios, quando entender necessário.

**Art. 3º** O Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios será composto pelo Secretário de Estado de Comunicação, que atuará como Presidente do colegiado, e por outros dois servidores do Estado e seus respectivos suplentes designados pelo Governador do Estado.

§ 1º O Presidente do Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios designará um membro para substituí-lo em suas ausências e impedimentos legais.

§ 2º A participação no Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios não ensejará remuneração e será considerada como serviço público relevante.

**Art. 4º** O Secretário de Estado de Comunicação, na condição de Presidente do Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios, terá as seguintes atribuições:

I – dirigir os trabalhos do colegiado e presidir suas reuniões;

II – zelar pelas competências do Comitê;

III – firmar as autorizações prévias para as despesas de que tratam os incisos II, III, IV do art. 3º deste Decreto, após assinatura de, pelo menos, outro membro do Comitê; e

IV – convocar audiência pública para debater a formulação, a implementação ou os resultados das políticas de publicidade, de eventos e de patrocínios do governo.

**Art. 5º** O Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios atuará por meio de:

I – reuniões quinzenais para a discussão sobre as políticas de publicidade, de eventos e de patrocínios do governo; e

II – manifestações dos seus membros nos processos administrativos eletrônicos que versem sobre as autorizações prévias para as despesas de que tratam os incisos II, III e IV do art. 3º deste Decreto.

**Art. 6º** As autorizações prévias para a realização das despesas de que tratam os incisos II, III e IV do art. 3º deste Decreto serão consideradas aprovadas quando houver a manifestação favorável da maioria dos membros do Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios no sentido de que há compatibilidade entre as propostas e a política de comunicação do governo estabelecida pela Secretaria de Comunicação.

§ 1º A assinatura eletrônica, devidamente autenticada, é considerada como manifestação favorável à autorização prévia da despesa solicitada pelo órgão ou pela entidade interessada.

§ 2º A deliberação do Comitê contrária à autorização prévia da despesa solicitada pelo órgão ou pela entidade interessada deve ser devidamente fundamentada no despacho que devolver os autos eletrônicos para a origem.

**Art. 7º** As autorizações prévias do Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios constituem condições de validade dos contratos e de quaisquer outros ajustes que tenham como objeto a realização de despesas com divulgação, eventos ou patrocínios dos órgãos ou das entidades do da administração pública direta e indireta, sendo vedada a ratificação posterior.

§ 1º A Secretaria da Fazenda, no âmbito da administração pública direta, e o Ordenador de Despesas das entidades da administração pública indireta somente procederão ao exame,

empenho e pagamento das despesas de que trata o “caput” deste artigo nos processos que contenham autorização prévia do Comitê Estadual de Publicidade, Eventos e Patrocínios.

§ 2º A celebração de contratos e de ajustes a qualquer título, bem como a realização das despesas de que trata o “caput” deste artigo sem a autorização prévia do Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios acarretará a apuração de responsabilidade dos servidores que lhe derem causa, assim como a aplicação das sanções cabíveis.

**Art. 8º** Os requerimentos de autorização para a realização de despesas com publicidade, eventos e patrocínios a serem apreciados pelo Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios serão encaminhados pelos órgãos e pelas entidades interessados mediante emissão de Solicitação de Autorização para Ações de Comunicação – SAAC, observado o modelo de formulário previsto em Portaria do Secretário de Estado de Comunicação.

§ 1º O órgão ou a entidade interessada encaminhará a SAAC ao Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios com antecedência mínima de dez dias da ação de divulgação, do evento ou do patrocínio.

§ 2º A SAAC apresentada sem a observância do prazo fixado no § 1º deste artigo somente será recebida se acompanhada de justificativa sobre sua intempestividade, lavrada pela autoridade máxima do órgão ou da entidade interessados.

§ 3º Caso aprovada pelo Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios, na forma prevista no art. 7º deste Decreto, a SAAC será firmada pelo Presidente do Comitê, no uso da competência de que lhe é conferida pelo inciso III do art. 5º deste Decreto.

## CAPÍTULO II DOS PATROCÍNIOS

**Art. 9º** Na seleção interna dos patrocínios, o órgão ou a entidade patrocinadora deve priorizar projetos que:

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

II – difundam a cultura do povo gaúcho e o patrimônio histórico-cultural local;

III - incentivem o desenvolvimento regional sustentável e a geração de emprego e renda para a comunidade local;

IV – favoreçam a acessibilidade de idosos e de pessoas com mobilidade reduzida ou com deficiência física, sensorial ou cognitiva, de forma segura e autônoma, aos espaços onde se realizam eventos ou aos produtos oriundos dos patrocínios realizados; e

V – conscientizem os cidadãos sobre seus direitos, sobre a importância do regime democrático e sobre a defesa do meio ambiente ecologicamente equilibrado.

§ 1º O processo de seleção interna a ser conduzido pelo órgão ou pela entidade patrocinadora deverá ser baseado em critérios objetivos, ainda que por métodos estimativos, consideradas contrapartidas institucionais ou mercadológicas.

§ 2º A seleção interna dos patrocínios poderá ser precedida do lançamento de editais com chamada pública para a escolha de projetos culturais, esportivos e de interesse coletivo, que o órgão ou a entidade patrocinadora pretende incentivar ou a ele vincular sua marca.

§ 3º As propostas de patrocínios que recebam incentivos fiscais deverão observar o disposto na legislação específica.

§ 4º Os patrocínios poderão não estar ligados ao ramo de atividade, à área de atuação ou à missão institucional do patrocinador, desde que estejam enquadrados em uma das hipóteses de que trata o “caput” deste artigo.

**Art. 10.** O Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios analisará, ainda, a compatibilidade das propostas de patrocínio com os aspectos técnicos de comunicação, em especial as contrapartidas do patrocinado, o aproveitamento e a aplicação das marcas do governo, dos seus órgãos e das suas entidades.

**Art. 11.** Após a autorização do Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios e a realização do empenho pela autoridade competente, os patrocínios serão celebrados por meio de contratos, conforme definido no parágrafo único do art. 2º da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

§ 1º Para a contratação, os patrocinadores devem exigir do patrocinado a apresentação dos documentos de habilitação jurídica e de regularidade fiscal.

§ 2º O patrocinador deverá exigir do patrocinado, antes da assinatura do contrato, declaração formal de que cumpriu os procedimentos exigidos na prestação de contas de patrocínios anteriores.

§ 3º É vedada a contratação de patrocínios por intermédio de agências de propaganda.

**Art. 12.** O contrato de patrocínio deverá estipular restrições de emprego de mão de obra escrava e trabalho infantil, além de fixar entre as contrapartidas:

I – o uso da marca do Governo do Estado do Rio Grande do Sul ou dos seus órgãos e das suas entidades; e

II – na hipótese de se tratar de patrocínio de eventos, a disponibilização de um espaço (estande) para o governo.

§ 1º As exigências de uso da marca ou de um espaço (estande) do Governo do Estado do Rio Grande do Sul poderão ser afastadas, caso a Secretaria de Comunicação entenda oportuno e conveniente, por sua iniciativa ou mediante prévia solicitação e justificativa do patrocinador.

§ 2º Não se aplica a exigência de uso da marca do Governo do Estado do Rio Grande do Sul nas situações vedadas em lei.

§ 3º Nos patrocínios incentivados, o patrocinador deverá incluir cláusula contratual que preveja a obrigatoriedade do uso da assinatura do respectivo Ministério ou Secretaria de Estado e de selos alusivos ao incentivo fiscal, de acordo com o padrão definido em legislação específica.

§ 4º Os contratos deverão prever as sanções a serem aplicadas nos casos de inexecução total ou parcial do seu objeto.

**Art. 13.** Cabe ao patrocinador verificar o cumprimento do objeto, a comprovação das respectivas contrapartidas, a eventual cessão de direitos patrimoniais e demais disposições contratuais.

**Art. 14.** Os patrocinadores deverão adotar critérios para o monitoramento e a avaliação dos resultados alcançados com os patrocínios.

**Art. 15.** Os patrocinadores deverão exigir relatório final que comprove a realização do projeto patrocinado, o cumprimento das contrapartidas, o uso da marca do patrocinador e do Governo do Estado do Rio Grande do Sul e, quando for o caso, a assinatura de órgãos, e as demais obrigações contratuais.

**Parágrafo único.** A prestação de contas de patrocínios que contam com incentivos fiscais obedecerá à legislação específica e aos procedimentos dispostos pelos órgãos pertinentes.

**Art. 16.** A Secretaria de Comunicação publicará, no seu sítio eletrônico, manuais destinados a orientarem a realização das ações de comunicação de que trata o art. 2º deste Decreto, inclusive a aplicação da marca do Governo do Estado do Rio Grande do Sul, dos seus órgãos e das suas entidades.

### CAPÍTULO III DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

**Art. 17.** O disposto neste Decreto não dispensará a obediência e a observância da legislação aplicável às ações e atos previstos e às normas legais e regulamentares editadas pelos órgãos de controle interno dos patrocinadores e pelo controle externo.

**Art. 18.** A Secretaria de Comunicação providenciará o assessoramento técnico, jurídico e administrativo do Comitê Estadual de Publicidade, Eventos e Patrocínios, no que couber.

**Art. 19.** A Secretaria de Comunicação poderá editar orientações complementares com vistas ao cumprimento deste Decreto.

**Art. 20.** As disposições deste Decreto não serão aplicadas para o Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A. – BANRISUL.

**Art. 21.** Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, revogando-se as disposições em contrário, em especial os Decretos nº [46.265](#), de 31 de março de 2009, nº [46.267](#), de 3 de abril de 2009, nº [47.856](#), de 25 de fevereiro de 2011, nº [48.043](#), de 20 de maio de 2011, nº [48.168](#), de 15 de julho de 2011, e nº [54.301](#), de 31 de outubro de 2018.

**PALÁCIO PIRATINI**, em Porto Alegre, 13 de novembro de 2019.

**FIM DO DOCUMENTO**