



Estado de Santa Catarina
CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES ANCHIETA

PARECER JURÍDICO
PROJETO DE LEI ORDINÁRIA Nº009/2025

DISPÕE SOBRE A DESTINAÇÃO E O RECEBIMENTO DE PATROCÍNIO PELO MUNICÍPIO DE ANCHIETA/SC. NOVO MARCO JURÍDICO.COMPENTENCIA LOCAL PLENA. LEGAL E CONSTITUCIONAL QUANTO A MATÉRIA. ILEGALIDADE FORMAL QUANTO A TÉCNICA DE REDAÇÃO. LEI COMPLEMENTAR Nº 95/1998 E LEI COMPLEMENTAR ESTADUAL Nº 589/2013

1. DA PERTINÊNCIA DO PEDIDO DE PARECER JURÍDICO

Os Vereadores Claudete Teresinha Junges, Eloie Schveizer e Sheila Fernanda Dornelles, com acento na Câmara de Vereadores de Anchieta/SC, formularam o seguinte requerimento de parecer jurídico:

Prezado Senhor

Vimos por meio deste solicitar parecer jurídico sobre projeto de lei n. 009/2025, que dispõe sobre a destinação e o recebimento de patrocínio pelo município de Anchieta/SC e dá outras providências.

Se trata de um marco jurídico amplo, que vai tratar de várias ações da administração pública com relação a entidades e empresas.

Sabemos da existência da Lei 13.019/2014 que estabelece o regime jurídico das parcerias entre a administração pública e as organizações da sociedade civil, em regime de mútua cooperação, para a consecução de finalidades de interesse público e recíproco. Temos dúvidas sobre a justificativa de uma lei com estes objetivos, além disso, temos dúvida sobre a constitucionalidade do Projeto de Lei.

O requerimento preenche as formalidades legais e, assim, deve ser apreciado pelo Advogado do Legislativo, por meio de parecer jurídico opinativo.

Ainda, tem-se o requerimento de proposta de emenda ou minuta de projeto substitutivo, verbalizado na reunião conjunta das comissões permanentes, realizada momentos antes da sessão plenária do dia 12 de junho de 2025. Tal requerimento, será parcialmente atendido, com minuta de emenda parlamentar, no que cabe ao poder legislativo, passando a ser parte integrante desse parecer.

Quanto ao projeto substitutivo, que seja o mesmo entregue ao Vereador Líder do Governo, a título de sugestão, por afetar o planejamento orçamentário do Executivo.



Estado de Santa Catarina
CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES ANCHIETA

2. RELATÓRIO SINTÉTICO DO PROJETO DE LEI Nº 009/2025 E DA EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS

Ementa: Dispõe sobre a destinação e o recebimento de patrocínio pelo Município de Anchieta/SC e dá outras providências.

Objetivo do Projeto: Instituir normas para a concessão e o recebimento de patrocínios pelo Município de Anchieta/SC, visando fomentar iniciativas de interesse público mediante apoio financeiro, de bens ou serviços, promovendo maior segurança jurídica, transparência e controle social.

Principais Pontos:

1. **Definições Iniciais:** O projeto define os conceitos de patrocinador, patrocinado, proponente, projeto de patrocínio, contrato de patrocínio e contrapartida.
2. **Abrangência:** O patrocínio poderá ser concedido a pessoas físicas ou jurídicas, com ou sem fins lucrativos, priorizando projetos nas áreas de interesse social, como cultura, esporte, educação, saúde, meio ambiente e outras.
3. **Contrapartidas:** O patrocinado deverá oferecer contrapartidas voltadas à divulgação institucional da marca "Município de Anchieta", por meio de materiais promocionais, menções em eventos e outras formas de visibilidade.
4. **Classificação dos Projetos:** Os projetos serão classificados em pequeno, médio, grande porte e especiais, conforme Tabela de Precificação e de Valores a serem definidas por ato do Executivo.
5. **Vedações:** Proíbe patrocínio a projetos com finalidades político-partidárias, religiosas, de promoção pessoal ou que envolvam servidores ou agentes públicos como dirigentes de entidades.
6. **Procedimentos:** Prevê chamamento público, requisitos documentais, análise por Comissão Permanente, fiscalização de contrapartidas e celebração de contrato administrativo.
7. **Patrocínio Recebido:** Também regula o recebimento de patrocínio pelo Município por parte de terceiros, sob as mesmas exigências de regularidade e contrapartida.
8. **Responsabilidades:** Estabelece regras quanto à responsabilidade administrativa, civil e penal dos envolvidos no projeto, incluindo aspectos de proteção de dados pessoais.

Justificativa: A proposta visa estabelecer diretrizes claras para a concessão e recebimento de patrocínios, com critérios objetivos e procedimentos que assegurem a legalidade, impessoalidade e o uso eficiente dos recursos públicos, estimulando o apoio a iniciativas de interesse coletivo e fortalecendo a relação entre administração pública e sociedade civil.

3. DA TÉCNICA LEGISLATIVA

Em consulta ao Projeto de Lei Ordinária nº 009/2029, de plano, foi possível constatar desconformidade com a técnica legislativa, que compete ao Advogado do Legislativo manifestar-se, pro requerimento ou de ofício.



Estado de Santa Catarina
CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES ANCHIETA

Evidenciou-se desconformidades do Projeto de Lei nº 009/2025 com a Lei Complementar do Estado de Santa Catarina 589/2013, em ao menos quatro pontos:

I – Expressão “súmula” na ementa, contraria o § 2º, do Art. 2º da Lei Complementar nº 589/2013, que dispõe: “A ementa sintetiza a matéria legislada, permitindo seu imediato conhecimento, e guarda estreita correlação com o objeto da lei”;

II – Identificação pessoal da autoridade, contraria o § 3º, do Art. 2º da Lei Complementar nº 589/2013, que dispõe: “O preâmbulo declara o cargo da autoridade, o fundamento legal e a ordem de execução”;

III – Ausência do enunciado do objeto da lei e seu âmbito de aplicação no primeiro artigo do texto legal, contrariando o § 4º, do Art. 2º da Lei Complementar nº 589/2013: “O enunciado do objeto da lei e seu âmbito de aplicação constituem o primeiro artigo do texto legal”;

IV – Subdivisão do Parágrafo único do Art. 3º em alíneas, contaria o Inciso II, do Art. 4º da Lei Complementar nº 589/2013, que dispõe: “os artigos podem ser desdobrados em parágrafos ou em incisos; os parágrafos, em incisos; os incisos, em alíneas; as alíneas, em itens”.

Em razão disso, propõe-se alteração do projeto, nesses pontos, por emenda parlamentar, para a sua adequação do projeto as regras Lei Complementar 95/98 e a Lei Complementar do Estado de Santa Catarina 589/2013.

4. DA LEGALIDADE

O Projeto de Lei nº 009/2025, cria um modelo próprio de parceria entre o Município e particulares para financiamento de projetos de interesse coletivo, diverso ao normatizado no MROSC, pela Lei nº 13.019/2014, por isso demandou muitas horas de pesquisas, não apenas de ordem jurídica, mas também quanto ao Mérito Administrativo, por se tratar de ato normativo contrário a lógica estabelecida pela Lei nº 13.019/2014 (teratologia).

As dúvidas suscitadas no requerimento de parecer jurídico recaem sobre a justificativa de uma lei municipal um marco jurídico amplo, que vai tratar de várias ações da administração pública com relação a entidades e empresas e se a proposta é ou não constitucional.

Evidente que a primeira parte do quesito não foi formulado corretamente, pois não cabe ao Advogado do Legislativo opinar sobre o mérito administrativo (conveniência e oportunidade) para o chefe do poder executivo municipal propor um marco jurídico amplo para sua relação com as Organizações da Sociedade Civil, na modalidade de Patrocínio, instituto que não está disciplinado em lei geral federal ou estadual.

Por se tratar de uma nova modalidade de parceria entre o Município e as organizações da sociedade civil, na jurisprudência dos tribunais ainda não se tem precedente consolidado, o que agregou dificuldade à pesquisa para esse parecer.



Estado de Santa Catarina CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES ANCHIETA

A definição do contrato de patrocínio vem se firmando nos tribunais como negócio jurídico bilateral atípico, regido pela autonomia da vontade e focado em apoio financeiro a projeto de interesse público, com divulgação institucional como contrapartida o que **não se confunde** com contratos de compra de bens ou serviços pela Administração.

Embora não haja uma lei federal específica delineando o “contrato de patrocínio” tradicional, os tribunais exigem que o gestor público observe:

I - Legalidade e Interesse Público: O desembolso deve ter **previsão legal orçamentária e finalidades públicas** legítimas. É necessário demonstrar que o evento patrocinado se alinha ao interesse público municipal (p.ex., promoção da cultura, do turismo, do esporte ou lazer comunitário) e às finalidades institucionais do órgão ou empresa pública patrocinadora trf4.jus.br/peticoesonline.com.br. No caso do TJSC envolvendo a companhia de energia CELESC e eventos municipais (Festa do Pinhão e Festival de Música Nativa em Lages), reconheceu-se a **validade do patrocínio mesmo sem autorização expressa no estatuto da empresa**, porque a iniciativa atendia aos fins sociais da estatal – fomentando cultura e economia local – em consonância com preceitos constitucionais (arts. 37, 180 e 215 da CF) peticoesonline.com.br. Ou seja, a falta de previsão específica em normas internas foi suprida pela **interpretação teleológica** da Constituição, que incentiva o apoio estatal à cultura e ao desenvolvimento turístico. Por outro lado, quando inexistente qualquer base normativa ou autorizativa para o gasto, ou quando o benefício público é questionável, a legalidade do patrocínio é fragilizada. Alguns municípios catarinenses editaram leis locais nos últimos anos justamente para regulamentar os patrocínios (definindo objetos, limites e critérios), reforçando o princípio da reserva legal e do controle legislativo sobre a despesa pública;

II - Impessoalidade e Seleção Objetiva: Os julgados realçam que a escolha de eventos a patrocinar deve observar critérios **objetivos e isonômicos**, prevenindo favorecimentos pessoais ou políticos. A Administração não pode patrocinar arbitrariamente um evento privado em detrimento de outros similares sem justificar tecnicamente a decisão ordemjuridica.com.br. Assim, recomenda-se a adoção de procedimentos públicos (edital de chamamento ou critérios fixados em decreto/lei municipal) para selecionar projetos/eventos aptos ao apoio financeiro, garantindo transparência e igualdade de oportunidades. Na prática, se apenas uma entidade realiza determinado evento de interesse público (situação de inviabilidade de competição), admite-se a contratação direta – porém, mesmo nesses casos, deve haver **justificativa formal** da singularidade do evento e dos benefícios esperados para a coletividade ordemjuridica.com.br. Em decisões catarinenses e do STJ, nota-se a exigência de que o processo administrativo de concessão de patrocínio contenha estudo de **mérito** do investimento: **justificativa do interesse público**, análise de custo-benefício, avaliação da viabilidade técnica/financeira e definição das contrapartidas e metas de retorno institucional ordemjuridica.com.br. A ausência de critérios e de um procedimento claro foi fator de crítica em alguns casos, por potencial violação ao princípio da impessoalidade (já que, sem critérios, a escolha do patrocinado pode ser guiada por preferências pessoais do gestor, o que ofende a administração impessoal);

III - Moralidade e Finalidade: O princípio da moralidade administrativa exige que o patrocínio **não desvie da finalidade pública** nem seja utilizado como meio de promoção pessoal de autoridades ou de interesse estritamente privado. Eventos de caráter marcadamente privado, sem acesso amplo ao público ou sem relevância para a comunidade, tendem a não justificar o aporte de dinheiro público. Por exemplo, patrocínios a eventos religiosos têm sido analisados com cautela, pois além do interesse



Estado de Santa Catarina
CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES ANCHIETA

público duvidoso para toda a coletividade, podem ferir a laicidade do Estado. Em 2021, o STJ manteve o trâmite de uma ação de improbidade contra o então prefeito do Rio de Janeiro pela **concessão de patrocínio à “Marcha para Jesus” (evento religioso privado)**, entendendo haver indícios suficientes de possível violação aos princípios administrativos stj.jus.br. Nesse caso, discutiu-se que, embora a contratação direta fosse formalmente possível (por inexigibilidade de licitação, dada a singularidade do evento), o **conteúdo do ato** poderia ser ímprobo caso ficasse provado que não houve interesse público legítimo ou que ocorreu promoção pessoal/religiosa com recursos públicos. Em suma, **patrocínios que não atendam à finalidade pública ou sirvam a fins alheios ao interesse coletivo** (seja enriquecimento de terceiros, promoção eleitoral, favorecimento de amigos etc.) têm sido declarados ilegais e gerado sanções. O TJSC, por exemplo, reverteu em 2025 uma sentença e condenou agentes públicos por repasse irregular de verbas a um evento, apontando **liberação de dinheiro público sem observância das normas pertinentes e consequente enriquecimento ilícito de terceiros** diariodejoinville.com. Esse caso (Fundação Municipal de Esportes de Joinville) evidenciou desvio de finalidade e dolo, configurando ato de improbidade;

IV - Publicidade e Transparência: Os tribunais também lembram que, como todo ato administrativo, a concessão de patrocínios deve ser pública e transparente. Isso significa divulgar os editais (se houver), os convênios ou contratos de patrocínio firmados, os valores concedidos e as contrapartidas, além de exigir dos beneficiários a **prestação de contas** detalhada do uso do recurso trf4.jus.br. A falta de publicidade não apenas contraria o art. 37, caput, da CF, mas pode ocultar irregularidades. O dever de transparência foi ressaltado no âmbito do controle externo: o Tribunal de Contas da União, em auditorias recentes, apontou falhas sistêmicas na concessão de patrocínios públicos, recomendando o aprimoramento dos controles, da motivação dos atos e da prestação de contas ordemjuridica.com.br. Em síntese, **publicidade** não é apenas divulgar a marca do patrocinador no evento, mas principalmente dar transparência ao processo e aos resultados obtidos com o dinheiro público.

Por parte do TCE/SC, foi localizado o Processo nº @ COM 23/00619150, com resposta à consulta do Prefeito de Criciúma, sobre a edição de lei geral para concessão de patrocínio público a pessoas jurídicas de direito privado com fins lucrativos, divergindo do Projeto de Lei nº 009/2025 em trâmite na Câmara de Vereadores de Anchieta/SC, que inclui no seu objeto também pessoas físicas e jurídicas sem fins lucrativos. Mas que alguns elementos do voto de relator, Luiz Eduardo Cherem, devem ser considerados na proposição legislativa, dentre eles:

I – Exigência da realização de estudos prévios a garantir o alinhamento da iniciativa com o planejamento de longo, médio e curto prazo do ente, conforme o Art. 165 da Constituição de República Federativa do Brasil, bem como, exigência de participação dos conselhos de políticas públicas nas tomadas de decisões;

II – Definição de critérios de forma transparente e isonômica (Arts. 5º, XXXIII e 37, § 3º, CF e Art. 7º, VI, da Lei de acesso à informação nº 12.527/2011) expressando a maneira como essas transferências serão feitas e critérios objetivos de escolhas dos patrocinados e o modo que será realizado o controle das contra prestações previstas no contrato;

III – Estipulação de formas de mensuração dos gastos (Princípio da Eficiência, Art. 37, CF).



Estado de Santa Catarina
CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES ANCHIETA

Projeto de Lei nº 009/2025 atende a esses requisitos de maneira explícita. No art. 7º, ao enumerar os **requisitos obrigatórios para a concessão de patrocínio**, constam: a elaboração de **“estudo prévio de viabilidade do projeto realizado por Comissão Permanente”** (inciso VI) e a **“participação dos conselhos de políticas públicas”** (inciso VII).

O art. 8º **institui uma Comissão Permanente** composta por, no mínimo, três servidores (preferencialmente efetivos), incumbida de realizar o estudo prévio de viabilidade dos projetos de patrocínio. Essa comissão analisará cada pedido de patrocínio e emitirá um parecer técnico. Importante destacar que **o parecer da Comissão será remetido ao conselho de política pública setorial correspondente** (art. 8º, parágrafo único) para apreciação. Dessa forma, o Projeto de Lei incorpora os conselhos municipais (saúde, educação, cultura, esporte etc., conforme a natureza do projeto) na tomada de decisão sobre conceder ou não o patrocínio.

O Projeto de Lei nº 009/2025, em análise, **contém diversos dispositivos que atendem as exigências de critérios de seleção, direitos e deveres, forma de transferência e controle das contra partidas**, embora alguns pontos fiquem sujeitos a regulamentação posterior, o que merece atenção. Por exemplo, o **“contrato de patrocínio”** é conceituado como o instrumento jurídico que formaliza o acordo, descrevendo direitos e obrigações entre patrocinador e patrocinado, e **“contrapartida”** é definida como a obrigação do patrocinado que expressa os direitos adquiridos pelo patrocinador, ou seja, o texto legal já descreve que o patrocinador (Município) terá direitos a determinadas vantagens publicitárias ou institucionais decorrentes do patrocínio, enquanto o patrocinado assume deveres correspondentes.

No que toca aos **critérios de seleção e forma de transparência/isonomia**, o Projeto de Lei prevê dois caminhos. O art. 6º **autoriza o Poder Executivo a publicar edital de chamamento público** para interessados em obter patrocínio, definindo prazo, condições e documentos de habilitação. Essa medida facultativa permitiria um processo seletivo público dos projetos, garantindo ampla concorrência e publicidade. Contudo, o parágrafo único do mesmo artigo admite que, **independentemente de edital**, o patrocínio possa ser concedido por iniciativa direta do Poder Público ou mediante pedido protocolado pelos interessados, **desde que atendidas as mesmas exigências legais** de documentação e condições. Em outras palavras, o Município pode tanto lançar editais periódicos de chamamento quanto analisar pedidos avulsos, mas em qualquer caso deve aplicar os **mesmos critérios e requisitos objetivos** previstos em lei.

Os **requisitos obrigatórios** para qualquer concessão estão enumerados no art. 7º e incluem: requerimento formal; apresentação de projeto detalhado; comprovação de habilitação jurídica e regularidade fiscal do proponente; **classificação do projeto** por porte (conforme tabela de precificação a ser fixada por decreto); disponibilidade orçamentária; estudo prévio pela Comissão; participação dos conselhos; e celebração de contrato administrativo. Esses elementos compõem um **procedimento padronizado**, buscando assegurar que **todos os pleitos sejam analisados sob os mesmos critérios** (isonomia) e com documentação adequada (transparência). Vale salientar que o art. 10 reforça o dever de **adotar critérios isonômicos de seleção** fundamentados no interesse público e nos melhores resultados para fortalecimento da marca municipal, deixando claro que a apresentação de um projeto não obriga a Administração a patrociná-lo. No mesmo sentido, o art. 13 reitera que cabe ao Executivo definir, via regulamento, os critérios isonômicos de seleção com base no interesse público e melhores resultados. Ou seja, o Projeto de Lei fixa



Estado de Santa Catarina
CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES ANCHIETA

o princípio da seleção objetiva e imparcial, remetendo a ato regulamentar a especificação de critérios de mérito (por exemplo, critérios de pontuação ou prioridades dentro das áreas definidas).

Quanto aos **direitos e deveres das partes**, além das definições iniciais e da própria necessidade de contrato (que formalizará obrigações), o projeto traz disposições que definem responsabilidades. Por exemplo, estabelece que **todas as despesas das contrapartidas caberão ao patrocinado** (art. 4º, §3º). o que protege o erário de custos adicionais. Prevê ainda que, caso o Município seja patrocinador do evento (ou seja, conceda recursos), **a responsabilidade exclusiva por quaisquer questões decorrentes do patrocínio cabe ao patrocinado**, isentando o Município de ônus (art. 18). Inversamente, se o Município for o patrocinado (receber recursos de um particular para evento público), **as responsabilidades relativas ao objeto patrocinado recairão sobre os patrocinadores privados**, sem ônus ao Município (art. 19).

No que concerne à **forma de transferência dos recursos**, o projeto explicita que o patrocínio poderá se dar **via repasse de recursos financeiros, bens ou serviços**. O momento ou modo exato de repasse (por exemplo, antecipado, parcelado, mediante comprovação) não é determinado na lei, ficando presumivelmente a cargo do contrato específico e das normas financeiras aplicáveis. No entanto, o art. 17 esclarece que **no valor do patrocínio já estão incluídos todos os custos e encargos**, não podendo o Município ser compelido a qualquer pagamento adicional fora do pactuado. Isso sinaliza que a transferência será feita a título fixo, sem previsões extras, e reforça o controle financeiro. Ainda, o art. 21 vincula as despesas de patrocínio às dotações orçamentárias próprias de cada exercício, assegurando base legal-orçamentária para os repasses. Desse modo, embora o Projeto de Lei **não detalhe o procedimento operacional** do repasse (o que seria incomum em lei, deixando-se às normas de execução orçamentária), ele fornece os contornos necessários: previsão em orçamento, limite do valor ao pactuado, e possibilidade de repasse em dinheiro, bens ou serviços conforme ajustados.

Por fim, o projeto de lei não traz um artigo específico estipulando indicadores de desempenho ou procedimentos de avaliação pós-evento. **Não se identifica uma disposição explícita de mensuração de eficiência do gasto público** com patrocínios, conforme recomendado pelo TCE/SC. O arcabouço do projeto aposta, até então, em **ferramentas prévias de controle (estudo de viabilidade, tabelas de valores)** para evitar gastos ineficientes, o que é positivo. Contudo, **faltam critérios pós-ação**: por exemplo, poder-se-ia exigir do patrocinado um relatório final de resultados com indicadores (público participante, mídia espontânea gerada, satisfação, etc.), a ser avaliado pelo Município para julgar se os objetivos foram alcançados. A ausência de previsão explícita não invalida o projeto – o princípio da eficiência continua aplicável genericamente e a Administração pode, via regulamento ou nos próprios contratos, inserir cláusulas de avaliação de resultados. Todavia, do prisma da decisão do TCE/SC, **esse ponto constitui uma lacuna**: recomenda-se que, se possível, o Município **regulamente formas de medir e comprovar os benefícios obtidos** com cada patrocínio, para plena aderência ao princípio da eficiência e à diretriz fixada. Também não se prevê um mecanismo formal de comparação entre o valor investido e o benefício obtido.

A conclusão para esse item do parecer é que não se evidencia ilegalidade na proposição, pois não se tem lei geral da federal ou estadual para complementar. O Município, nesse caso, está exercendo sua competência legislativa plena. Obviamente que um novo marco jurídico de relacionamento do poder público com organizações da



Estado de Santa Catarina
CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES ANCHIETA

sociedade civil, atendendo o interesse local, disciplinado em apenas 21 artigos, pode sim encontrar limitações na aplicação e gerar insegurança jurídica. Por essa razão, a título de opinião, fica a sugestão de se adicionar, na parte final, um artigo para a aplicação subsidiária da Lei nº 13.019/2014, no que couber.

5. DA CONSTITUCIONALIDADE

A segunda parte do requerimento de parecer jurídico é: “.... temos dúvida sobre a constitucionalidade do Projeto de Lei”. Trata-se de um quesito tão amplo que demandou a participação do Advogado do Legislativo na reunião das comissões para entender frente a que dispositivos constitucionais o projeto gerou dúvida. Das falas dos vereadores nas comissões foi possível delimitar que a dúvida seria em relação aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, expressamente consagrados no **art. 37, caput, da Constituição Federal de 1988**.

Sobre a legalidade e a eficiência foi discorrido no item anterior, quando foi dito que o "patrocínio" como forma de fomento a atividades de interesse público, se aproxima das finalidades do MROSC, mas não faz referência aos instrumentos previstos no MROSC (termo de fomento, colaboração ou acordo de cooperação), criando um regime paralelo de parcerias com OSCs que pode vulnerar o art. 2º da Lei 13.019/2014 e permitir burlas formais ao regime jurídico específico, razão que, a título de sugestão, opino que na parte final no projeto de lei seja adicionado um artigo para a aplicação subsidiária da Lei nº 13.019/2014, no que couber.

Há, contudo, um ponto de atenção: é crucial que o regulamento não extrapole os limites da lei nem crie novas restrições ou benefícios não previstos originalmente. Qualquer abuso na regulamentação – por exemplo, fixar critérios arbitrários para aprovar patrocínios ou valores discrepantes sem fundamento – poderia ferir a legalidade (por violar a lei habilitadora ou os princípios constitucionais). Portanto, **em tese o Projeto de Lei nº 009/2025 respeita o princípio da legalidade**, mas sua fiel execução requer que os atos infr legais do Executivo observem estritamente os parâmetros e objetivos traçados na lei e na Constituição.

Em conclusão neste ponto, **não se identifica uma inconstitucionalidade direta em relação à legalidade e eficiência**. Ao contrário, o projeto de lei representa o exercício legítimo da função legislativa municipal para autorizar e disciplinar condutas administrativas, em conformidade com as balizas constitucionais e legais superiores. Desde que aplicado conforme o texto proposto, o Projeto de Lei nº 009/2025 concretiza o princípio da legalidade ao submeter a concessão/recebimento de patrocínios a um regramento jurídico próprio, impedindo atuações discricionárias sem base legal.

Passo agora analisar o Projeto de Lei nº 009/2025, sobre o prisma dos princípios de impessoalidade, moralidade, publicidade (transparência):

I - Princípio da impessoalidade, impõe que a Administração Pública atue de forma não personalista, atribuindo os atos e realizações ao **órgão ou entidade pública**, e não à pessoa física do agente público. Em outras palavras, **os resultados da gestão são imputáveis ao Estado e não ao gestor individual**. Esse princípio busca impedir que agentes públicos utilizem a máquina administrativa para promoção pessoal ou para



Estado de Santa Catarina
CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES ANCHIETA

direcionar atos a favorecer ou destacar indivíduos. Em complemento, a própria Constituição explicita, em seu art. 37, §1º, que a publicidade de atos e programas oficiais **não pode conter nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades**. Trata-se de concretização da impessoalidade no âmbito da publicidade institucional, vedando de forma expressa a personalização de atos públicos.

As técnicas legislativas e de redação oficial também reforçam a necessidade de impessoalidade na formulação de leis e atos normativos. A **Lei Complementar nº 95/1998**, que dispõe sobre a elaboração e redação das leis federais (aplicável por simetria às legislações estaduais e municipais), estabelece que no preâmbulo da lei deve constar apenas a **indicação da autoridade ou órgão competente** pelo ato normativo e sua base legal, **sem referência personalista**.

Essa técnica visa evidenciar que a norma emana da instituição (Presidência, Governo estadual, Prefeitura), e não de um indivíduo, alinhando-se perfeitamente ao princípio da impessoalidade.

Ademais, manuais de redação oficial e decretos regulamentadores enfatizam que **os nomes das autoridades devem aparecer somente no fecho ou assinatura do ato normativo**, e não no texto normativo em si. Por exemplo, é prática corriqueira a lei ou decreto trazer, ao final, o local, data e o nome do Chefe do Executivo que o sancionou, seguido do cargo (como assinatura formal). **No corpo do texto, entretanto, deve prevalecer a referência impessoal ao cargo**. Essa distinção entre o cargo (impessoal) no preâmbulo e o nome (pessoal) apenas na assinatura decorre tanto de convenções de técnica legislativa quanto da necessidade de evitar personalização indevida do ato normativo.

Importante destacar que a Lei Federal **8.429/1992 (Lei de Improbidade Administrativa)**, em seu art. 11, tipifica como ato de improbidade a violação dos princípios da Administração Pública, incluindo a impessoalidade. Doutrina e jurisprudência enquadram a **autopromoção de autoridades com recursos públicos como ato ímprobo**, por ofensa direta ao art. 37, §1º, da CF.

A identificação pessoal da autoridade no preâmbulo de projetos de lei municipais **não encontra amparo nos princípios constitucionais vigentes**, revelando-se incompatível com o princípio da impessoalidade. Trata-se de prática **eticamente e tecnicamente reprovável**, ainda que por vezes tolerada por inércia, devendo ser abolida em prol da prevalência do interesse público impessoal. Recomenda-se, assim, que o Município adeque seus modelos de atos normativos, suprimindo o nome do Prefeito do preâmbulo, de modo a **assegurar plena conformidade com o art. 37 da CF** e evitar qualquer interpretação de promoção pessoal do agente público. Essa medida alinha-se tanto às exigências **normativas** quanto às **orientações jurisprudenciais e do TCE/SC**, resguardando a impessoalidade, a moralidade administrativa e a igualdade de tratamento que devem permear a atuação governamental.

Outro aspecto do Projeto de Lei que pode levantar **dúvidas quanto à plena efetivação da impessoalidade: a forma de seleção dos projetos patrocinados**. O art. 6º do projeto estabelece que o **Poder Executivo “poderá, a seu critério”, publicar edital de chamamento público** com as condições e prazos para interessados obterem patrocínio. Município se resguarda a possibilidade de conceder patrocínio tanto via um edital amplo quanto por análise de solicitações caso a caso.

Essa flexibilização permite agilidade, porém **exige cuidado para não comprometer a impessoalidade**. Logicamente que o chamamento público confere maior transparência e igualdade de oportunidade, convidando **todos os potenciais interessados**



Estado de Santa Catarina
CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES ANCHIETA

a concorrerem conforme critérios predefinidos, o que dificulta favoritismos. No mais, o **Projeto de Lei nº 009/2025 alinha-se substancialmente ao princípio da impessoalidade**, trazendo vedações explícitas à promoção pessoal e ao nepotismo, e estruturando um processo isonômico para concessão de patrocínio, ou seja, **não se vislumbra ofensa direta a tal princípio** no texto proposto.

II – **Princípio da moralidade administrativa** exige que a Administração Pública, além de legal, seja **eticamente reta**, agindo com probidade, boa-fé, lealdade e honestidade em suas funções.

Esse princípio ganhou concretude por meio da Lei de Improbidade Administrativa (Lei 8.429/92), que tipifica atos contra a honestidade e boa-fé administrativas, e por orientações jurisprudenciais como a já citada Súmula Vinculante nº13 (combate ao nepotismo). Logo, ao avaliar o Projeto de Lei nº 009/2025, é mister verificar se ele **resguarda práticas íntegras e impede comportamentos antiéticos**, ou se, pelo contrário, facilitaria algum desvio de conduta.

De início, cabe ressaltar que **não se identifica nenhuma disposição do Projeto de Lei que, por si só, viole a moralidade administrativa**.

Considerando possíveis **riscos de inconstitucionalidade ou interpretações contrárias à moralidade**, alguns pontos merecem reflexão. Um deles, já mencionado, é a possibilidade de não haver chamamento público obrigatório (art. 6º). Sob o prisma da moralidade, **a falta de um concurso aberto pode ser problemática se for utilizada para beneficiar certos interessados sem justificativa transparente**. Contudo, como também já exposto, o Projeto de Lei exige que mesmo sem edital, todos os pedidos sigam as “mesmas regras” de habilitação e avaliação.

Outro ponto de atenção diz respeito à **contrapartida oferecida aos patrocinadores privados quando o Município é patrocinado** (recebe patrocínio em eventos públicos). O art. 12 do Projeto de Lei autoriza divulgar os patrocinadores em materiais do evento, e permite tratamento diferenciado conforme a quantia patrocinada. Tal prática é comum e aceitável no âmbito de patrocínios, porém a Administração deve zelar para que a **publicidade concedida aos patrocinadores não se confunda com apoio político ou promoção imprópria**. Por exemplo, se o patrocinador for empresa que mantém contratos com o Município, convém cuidado redobrado para que essa relação de patrocínio não enseje futura vantagem indevida em licitações ou benefícios tributários – isso fugiria da moralidade. **O Projeto de Lei não trata explicitamente de conflitos de interesse nessa situação**, mas a moralidade requer que, independentemente da lei, os agentes públicos se abstenham de praticar quaisquer atos que troquem patrocínio por favor público. Eventual patrocínio dado por fornecedores ou potenciais fornecedores do Município deve ser transparente e sem contrapartidas além da publicidade autorizada, sob pena de violar princípios éticos e a lei de improbidade (por exemplo, poderia caracterizar vantagem indevida ou corrupção se houvesse acerto velado). **Embora o Projeto de Lei não detalhe isso, a interpretação conforme a Constituição impõe essa cautela**.

Para assegurar a plena conformidade com a moralidade, é imperativo que, na regulamentação e execução, os gestores observem o espírito da lei: **evitar qualquer favorecimento pessoal, vantagem indevida ou conduta antiética**. Qualquer desvio poderá ser coibido com base na própria CF/88 e na legislação infraconstitucional (improbidade, penal, etc.), mas **a lei em si está cuidadosamente formulada para coadunar-se com os ditames morais constitucionais**. Assim, não se vislumbra razão para declará-la inconstitucional sob esse prisma, desde que interpretada de acordo com a Carta Magna e aplicada com retidão.



Estado de Santa Catarina
CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES ANCHIETA

III - **Princípio da publicidade na Administração Pública:** possui dois sentidos complementares. (i) significa **transparência:** os atos administrativos devem ser **divulgados de forma ampla** à sociedade, garantindo-se o acesso dos cidadãos às informações de interesse coletivo ou particular, salvo hipóteses legais de sigilo. Isso permite o controle social e a participação democrática, essenciais num Estado de Direito. (ii) a publicidade refere-se à **divulgação oficial** dos atos e programas governamentais, que deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social – **nunca de promoção pessoal de autoridades** (novamente o art. 37, §1º, CF), ou seja, a Administração deve **dar publicidade** a seus atos, contratos e decisões (princípio da transparência), e também pautar sua **comunicação institucional** com impessoalidade e finalidade pública.

No tocante à **publicidade/transparência das ações administrativas**, o Projeto de Lei nº 009/2025 aparentemente **observa o princípio, sem prejuízo de algumas recomendações para seu aperfeiçoamento**. O texto legal prevê que a concessão de patrocínio será formalizada por **contrato administrativo entre as partes** (requisito obrigatório, art. 7º, VIII) Como todo contrato administrativo, é pressuposto que ele seja **publicado no Diário Oficial** ou veículo similar, conforme as normas de legislação financeira e de transparência (por exemplo, a Lei de Responsabilidade Fiscal e a Lei de Acesso à Informação impõem divulgação dos acordos que envolvam recursos públicos). Embora o Projeto de Lei não explicita o dever de publicação dos contratos de patrocínio, isso decorre do ordenamento geral. Portanto, a existência de um contrato formal já garante que haverá um documento público contendo as obrigações, valores e partes envolvidas, acessível para controle posterior.

Mesmo na hipótese de não haver edital (análise de pedidos avulsos), pode-se argumentar que a Administração deveria publicar periodicamente quais solicitações de patrocínio recebeu e quais aprovou, para cumprir o dever de transparência. **Ainda que isso não esteja explícito, o princípio da publicidade impõe essa conduta** como boa prática, o que pode ser objeto de um decreto regulamentador prevendo a **publicação no sítio eletrônico oficial** de todas as propostas de patrocínio apresentadas e das decisões tomadas sobre elas, com suas justificativas.

Um ponto que merece atenção, para completa aderência ao princípio da publicidade, é **garantir a visibilidade dos critérios e decisões de seleção dos patrocínios**. O projeto afirma que os critérios isonômicos de seleção serão definidos por ato do Chefe do Executivo (art. 13).

Quando esse ato for editado (provavelmente um decreto regulamentador), deverá ser amplamente publicado e transparente em seu conteúdo, explicitando como serão avaliados os projetos, quais os pesos ou prioridades. **Se esses critérios forem públicos e claros, a publicidade e impessoalidade andam juntas** – todos saberão “as regras do jogo” antecipadamente. Igualmente, a composição da Comissão Permanente (art. 8º) e seus pareceres devem ser acessíveis. O princípio da publicidade pressupõe que **as reuniões de conselho de políticas públicas que emitirem opinião sobre os patrocínios sejam registradas em ata pública**, e que **os pareceres técnicos e decisões finais** possam ser consultados. Nenhuma disposição do Projeto de Lei veda isso; assim, deve-se interpretá-lo de modo coerente com a CF/88, no sentido de que todo o procedimento administrativo (do requerimento inicial até a assinatura do contrato e sua execução) deva ter tramitação **pública e aditável**.

Em conclusão deste tópico, o **princípio da publicidade permanece atendido pelo Projeto de Lei nº 009/2025**, desde que a regulamentação e aplicação sejam orientadas pela máxima transparência. Recomenda-se, para fiel observância constitucional, que o Município de Anchieta: (i) publique oficialmente todos os editais de chamamento



Estado de Santa Catarina
CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES ANCHIETA

quando houver; (ii) publique também, mesmo na ausência de edital, um resumo das propostas de patrocínio recebidas e das decisões sobre elas; (iii) dê publicidade integral aos contratos firmados e aos relatórios de prestação de contas dos patrocinados; e (iv) ao divulgar os eventos patrocinados, continue seguindo estritamente o art. 37 §1º da CF, sem qualquer viés personalista. **Seguindo essas medidas, não há conflito do Projeto de Lei com o princípio da publicidade**, mas sim uma efetivação do mandamento constitucional de transparência e informação ao público.

6. DAS CONCLUSÕES

Após detida análise do Projeto de Lei nº 009/2025, conclui-se que, em termos gerais, a proposta normativa encontra-se em conformidade com a Constituição Federal e com os princípios que regem a Administração Pública, especialmente os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência (art. 37, caput, da CF/88), desde que observadas as cautelas apontadas ao longo do presente parecer.

As principais conclusões são:

1. **Constitucionalidade Formal e Material:** O Município de Anchieta/SC tem competência legislativa para regulamentar o patrocínio como instrumento de fomento local, não havendo norma federal ou estadual que impeça o exercício dessa competência. O Projeto de Lei nº 009/2025 respeita a autonomia municipal e não apresenta inconstitucionalidade manifesta.

2. **Compatibilidade com o TCE/SC:** A proposta atende, em larga medida, aos parâmetros estabelecidos pelo Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina na Decisão nº 327/2024 (Proc. @CON 23/00619150), especialmente quanto à previsão de estudo de viabilidade, participação de conselhos de políticas públicas, critérios isonômicos de seleção e exigência de contrapartidas contratuais.

3. **Impessoalidade:** Recomenda-se a retirada da identificação pessoal do Prefeito no preâmbulo do projeto de lei, devendo constar apenas a referência ao cargo, conforme técnica legislativa adequada (LC nº 95/98 e LC estadual nº 589/2013). A manutenção do nome próprio afronta o princípio da impessoalidade, podendo ser interpretada como promoção pessoal indevida.

4. **Moralidade e Finalidade:** O texto legal contempla vedação à promoção pessoal, política e religiosa, o que reforça o respeito à moralidade administrativa. No entanto, é necessário cuidado na aplicação prática para evitar distorções e conflitos de interesses na escolha dos beneficiários dos patrocínios.

5. **Publicidade e Transparência:** Embora não haja previsão expressa de publicação dos contratos e dos atos decisórios em meio eletrônico, a publicidade decorre de normas gerais (Lei nº 12.527/2011 e Lei nº 14.133/2021). Recomenda-se a inclusão de dispositivos regulamentares que assegurem a ampla divulgação de editais, decisões e relatórios de prestação de contas.

6. **Eficiência e Avaliação:** Identificou-se lacuna quanto à mensuração de eficiência dos patrocínios concedidos. Sugere-se prever, em regulamento ou diretamente na lei, a obrigação de apresentação de relatório final de resultados pelos patrocinados, como forma de assegurar controle de efetividade e retorno institucional do investimento público.

7. **Sugestão Complementar:** Para mitigar dúvidas interpretativas e alinhar a proposta ao marco normativo já consolidado, sugere-se a inclusão de cláusula de aplicação



Estado de Santa Catarina
CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES ANCHIETA

subsidiária da Lei nº 13.019/2014 (Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil), no que couber.

Diante disso, opina-se pela constitucionalidade formal e material do Projeto de Lei nº 009/2025, com sugestões pontuais de aprimoramento redacional e normativo, notadamente quanto à técnica legislativa e ao reforço de mecanismos de controle e avaliação, os quais poderão ser incorporados por emenda ou substitutivo legislativo.

Por fim, como esse parecer técnico não vincula as decisões de vereadores, cabe aos parlamentares buscar outros fundamentos para deliberar sobre o mérito, assim como, cabe aos edis a fiscalização dos atos subsequentes que regulamentam e dão concretude as leis que aprovam, sem prejuízo às atribuições dos órgãos de controle interno e externo.

É o parecer.

Anchieta, 16 de junho de 2025.



Documento assinado digitalmente

GILMAR DE SOUZA

Data: 18/06/2025 10:04:06-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Advogado do Legislativo.