

DIRETORIA JURÍDICA

SAP n° 1000000429

Assunto: Patrocínio. Childhood Brasil. Na Mão Certa.

Interessados: APPA/DPR

Parecer n° 53/2026

À DPR

EMENTA:

DIREITO ADMINISTRATIVO. LEI Nº 13.303/2016. RILC/2025. PATROCÍNIO. PROGRAMA NA MÃO CERTA. POSSIBILIDADE JURÍDICA DA CELEBRAÇÃO DO PATROCÍNIO.

1. RELATÓRIO

1. O protocolo sob análise, iniciado pela Gerência de Desenvolvimento Empresarial, trata da intenção de patrocinar o Programa “Na Mão Certa”, de iniciativa da Childhood Brasil (Instituto WCF-Brasil ligado ao World Childhood Foundation), organização da sociedade civil, cuja missão é estimular, promover e desenvolver ambientes de apoio e soluções para prevenir e enfrentar o abuso, a exploração sexual e a violência contra crianças e adolescentes.
2. A cota de patrocínio é no valor de R\$ 27.870,00 (vinte e sete mil oitocentos e setenta reais) para participação como Apoiador I.
3. Foram anexados ao processo os seguintes documentos, em síntese:

DOCUMENTO
CI n° 2098/2026 DDE
Termo de Referência e Plano de Trabalho
Documentos da Childhood Brasil
Manifestação GCOM
Aprovação TR Pelo Diretor da DDE
Autorização Fase Interna DPR

DIRETORIA JURÍDICA

Manifestação COLIC
Manifestação CSUPR
Manifestação Limite Patrocínio DAF
Declaração de Adequação Orçamentária
Mínuta do Contrato

4. É, em síntese, o relatório.

2. DOS LIMITES DA ANÁLISE JURÍDICA

5. Cumpre registrar, preliminarmente, que a análise aqui empreendida se circunscreve aos aspectos legais, de regularidade e demais temas assemelhados, dentro do procedimento em exame, não cabendo a esta unidade jurídica adentrar nos aspectos técnicos e econômicos, nem no juízo de oportunidade e conveniência da contratação pretendida, uma vez que estes fogem à sua alçada de conhecimento.

6. Os limites traçados decorrem da aplicação do princípio da deferência técnico-administrativa e do disposto no Enunciado nº 7 do Manual de Boas Práticas Consultivas da Advocacia-Geral da União - AGU, *in verbis*:

A manifestação consultiva que adentrar questão jurídica com potencial de significativo reflexo em aspecto técnico deve conter justificativa da necessidade de fazê-lo, evitando-se posicionamentos conclusivos sobre temas não jurídicos, tais como os técnicos, administrativos ou de conveniência ou oportunidade, podendo-se, porém, sobre estes emitir opinião ou formular recomendações, desde que enfatizando o caráter discricionário de seu acatamento.

7. Ainda, em paridade com o preceituado pela AGU, tem-se que o objetivo da manifestação jurídica é assistir a “autoridade assessorada no controle interno da legalidade administrativa dos atos a serem praticados ou já efetivados. Ela envolve, também, justamente apontar possíveis riscos do ponto de vista jurídico e recomendar providências, para salvaguardar a autoridade assessorada, a quem compete avaliar a real dimensão do risco e a necessidade de se adotar ou não a precaução recomendada.

DIRETORIA JURÍDICA

8. Finalmente, cabe registrar que determinadas observações são feitas sem caráter vinculativo, mas em prol da segurança da própria autoridade assessorada, a quem incumbe, dentro da margem de discricionariedade que lhe é conferida pela lei, avaliar e acatar, ou não, tais ponderações. Não obstante, as questões relacionadas à legalidade serão apontadas para fins de sua correção. O prosseguimento do feito sem a observância destes apontamentos será de responsabilidade exclusiva da Administração.
9. Isto porque o conhecimento das nuances técnicas foge ao conhecimento desta DJU, e a invasão de tais limites, acabaria por macular o procedimento administrativo, expondo-o a risco de falta de clareza e inadequação de análise.
10. Neste sentido, cabe destacar que, se num sistema de freios e contrapesos, o pronunciamento deste Jurídico se limita à sua competência por força do caráter não vinculativo das expressões manifestadas no parecer, é livre ao gestor ou ao corpo diretivo, o acompanhamento das recomendações aqui inseridas; conquanto o conhecimento interpretativo do contrato pode trazer divergências de posicionamento entre os seus leitores/gestores.
11. Note-se, no entanto, que por se tratar de análise especializada, em optando pela não adoção das orientações aqui expostas, as demais áreas devem fazê-lo de forma motivada e justificada, sob pena de, em afastando a fala jurídica, incorrer em erro grosseiro; como bem preceitua a norma vigente.
12. Em tempo, cumpre destacar que em recente pronunciamento em decisão Plenária do Tribunal de Contas da União (Acórdão 2599/2021), o Ministro Bruno Dantas rememorou jurisprudência já produzida pela Corte, onde ficou explicitada a necessidade de alinhamento e complementação de conhecimento e competência entre as áreas que compõe os órgãos públicos. Especificamente quanto à relação entre a atuação jurídica e a atuação das demais áreas, o Ministro Bruno Dantas ressaltou que embora tenha caráter não vinculativo, a manifestação jurídica deve ser considerada pelas demais áreas, e o seu afastamento, parcial

DIRETORIA JURÍDICA

ou integral, deve ser devidamente motivado e justificado, sob pena de responsabilização do agente, perante a corte de contas, por erro grosseiro.

13. Segundo Dantas, a jurisprudência do TCU tipifica como erro grosseiro, nos termos do art. 28 da Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro (LINDB), a decisão do gestor que desconsidera, sem a devida motivação, o parecer da consultoria jurídica, conforme o seguinte enunciado da jurisprudência selecionada:

Para fins de responsabilização perante o TCU, pode ser tipificada como erro grosseiro (art. 28 do Decreto-lei 4.657/1942 - Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro) a decisão do gestor que desconsidera, sem a devida motivação, parecer da consultoria jurídica do órgão ou da entidade que dirige. Tal conduta revela desempenho aquém do esperado do administrador médio, o que configura culpa grave, passível de multa." (Acórdão 1264/2019-TCU-Plenário, rel. Ministro Augusto Nardes).

14. Cabe registrar que a presente manifestação toma por base, exclusivamente, os elementos que constam até a presente data neste protocolado, bem como não há reanálise acerca dos atos praticados anteriormente. Destaca-se, por fim, que a DJU não tem atribuição para proceder auditoria em todos os atos praticados na presente instrução processual, portanto, cabendo tal atribuição aos órgãos de controle, internos e externos.
15. Em arremate, registre-se que a presente análise jurídica dar-se-á à luz das normas constantes na Lei no 13.303/2016, que dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública, e no Regulamento de Licitações e Contratos da APPA (RILC).

**3. DO CONTRATO DE PATROCÍNIO. PROGRAMA “NA MÃO CERTA”.
CHILDHOOD BRASIL. DA REGULARIDADE PROCESSUAL.**

3.1 DO CONTRATO DE PATROCÍNIO

16. Os contratos de patrocínio envolvem o oferecimento pelo patrocinador de uma contribuição (geralmente em pecúnia) destinada a subsidiar uma ação de interesse do sujeito patrocinado mediante fixação de contraprestação que, usualmente, é vinculada à divulgação da ação e da marca do patrocinador.

DIRETORIA JURÍDICA

17. Quanto à possibilidade de firmar contratos de patrocínio, a Lei 13.303/2016 é expressa sobre o tema:

Art. 27. A empresa pública e a sociedade de economia mista terão a função social de realização do interesse coletivo ou de atendimento a imperativo da segurança nacional expressa no instrumento de autorização legal para a sua criação.

(...)

§ 3º A empresa pública e a sociedade de economia mista poderão celebrar convênio ou contrato de patrocínio com pessoa física ou com pessoa jurídica para promoção de atividades culturais, sociais, esportivas, educacionais e de inovação tecnológica, desde que comprovadamente vinculadas ao fortalecimento de sua marca, **observando-se, no que couber, as normas de licitação e contratos desta Lei.**

Art. 28. Os contratos com terceiros destinados à prestação de serviços às empresas públicas e às sociedades de economia mista, inclusive de engenharia e de publicidade, à aquisição e à locação de bens, à alienação de bens e ativos integrantes do respectivo patrimônio ou à execução de obras a serem integradas a esse patrimônio, bem como à implementação de ônus real sobre tais bens, serão precedidos de licitação nos termos desta Lei, ressalvadas as hipóteses previstas nos arts. 29 e 30.

(...)

§ 2º O convênio ou contrato de patrocínio celebrado com pessoas físicas ou jurídicas de que trata o § 3º do art. 27 observará, no que couber, as normas de licitação e contratos desta Lei.

18. O RILC/2025 replica a norma nos seguintes termos:

Art 317 Para os efeitos deste RILC considera-se:

I – Contrato de patrocínio: ajuste com pessoa física ou jurídica para promoção de atividades culturais, sociais, esportivas, educacionais e de inovação tecnológica, desde que comprovadamente vinculadas ao fortalecimento da marca da APPA e da relação Porto-Cidade;

(...)

Art 318 Os contratos de patrocínio poderão ser celebrados com pessoas físicas ou jurídicas, públicas ou privadas para promoção de atividades culturais, sociais, esportivas, educacionais e de inovação tecnológica, desde que comprovadamente vinculadas ao fortalecimento da marca da APPA e/ou da relação Porto-Cidade observando-se, no que couber, as normas de licitação e contratos deste RILC e demais disposições sobre a matéria previstas em normas internas.

Art 319 O contrato de patrocínio, entre outros objetivos, destina-se a:

I – Ampliar a visibilidade institucional e fortalecer a imagem da APPA e dos Portos de Paranaguá e Antonina;

II – Contribuir com o desenvolvimento do segmento portuário e logístico, bem como de atividades a ele relacionadas;

III – Posicionar a APPA como apoiadora da preservação e do incentivo a memória e cultura locais, aos esportes, a educação e as questões sociais e ambientais relevantes que afetam o entorno e as respectivas comunidades; e

DIRETORIA JURÍDICA

IV – Contribuir para a ação institucional da Autoridade Portuária no relacionamento com entes públicos e privados, visando à consecução de seus objetivos e metas, bem como a agregação de valor à marca da APPA frente aos respectivos públicos de interesse e a comunidade em geral.

19. Considerando o disposto no §2º do art. 28 da Lei 13.303/2016, a regra aplicável seria a realização de licitação prévia. Porém, a licitação pressupõe a viabilidade de competição – em razão da existência de diversos interessados – e a possibilidade de estabelecimento de critérios objetivos de julgamento – o que nem sempre se verifica nos casos de contratos de patrocínio.
20. Nas circunstâncias em que há inviabilidade de instauração de certame licitatório por inviabilidade de competição, a Lei nº 13.303/2016 trouxe a possibilidade de contratação direta por inexigibilidade de licitação.
21. Acerca da inexigibilidade o RILC/2025 da APPA dispõe nos seguintes termos:

Inexigibilidade

Ocorre perante uma determinada circunstância que impede o caráter competitivo numa eventual disputa, tornando-se, assim, inexigível a licitação. As situações que ensejam a inexigibilidade de licitação não estão todas expressamente previstas em Lei, no entanto, pode a Autoridade Competente justificadamente deixar de realizar a licitação quando devidamente caracterizada a impossibilidade de se estabelecer a competição.

22. Assim, quando a formação do contrato de patrocínio tem como plano de fundo uma estratégia que vincula a marca do patrocinador a um projeto com características singulares (área de atuação, idoneidade do projeto e das pessoas nele envolvidas, visibilidade, dentre outras), é possível que se torne inviável a instituição de critérios objetivos de julgamento para diferenciar um projeto de outro, o que justificaria a contratação por inexigibilidade.
23. Sob esse olhar, o Tribunal de Contas da União tem entendimento sedimentado no sentido de que a contratação de patrocínio é incompatível com o certame licitatório, conforme se constata do Acórdão nº 1423/2004:

DIRETORIA JURÍDICA

A jurisprudência desta Casa não tem como irrelevante a distinção entre os montantes gastos com publicidade e propaganda daqueles atribuídos a promoção. Reproduzo, a propósito, trecho do voto do Ministro Adhemar Ghisi proferido no âmbito do TC 000.925/97-7, que assim aborda a questão: '7. É despiendo comentar da inadequação de ser realizado procedimento licitatório quando adotada a decisão de oferecer patrocínio a alguma entidade ou evento. A decisão de patrocinar é personalíssima, adotada exatamente em função da expectativa de sucesso que possa vir a ser alcançado pela respectiva entidade ou evento, trazendo uma maior veiculação do nome do patrocinador. Assim, fica caracterizada a inviabilidade de competição que conduz à inexigibilidade prevista no "caput" do art. 25 do Estatuto das Licitações e Contratos...Na mesma linha, seguiu o Ministro Humberto Souto, ao relatar o TC 001.786/1998-9, nos seguintes termos:"14. Com relação aos contratos de patrocínio, esses, face as suas características peculiares, podem ser celebrados sem a necessidade de um procedimento licitatório prévio. Tais contratos podem ser ajustados diretamente, com base no art. 25, caput, da Lei 8.666/93, que estabelece a inexigibilidade de licitação quando constatada a inviabilidade de competição, ou então com base no inciso III, do mesmo artigo, quando o patrocínio envolver a contratação de profissional de qualquer setor artístico. 15. É o que ocorre, por exemplo, no patrocínio de uma equipe esportiva, ou de um evento cultural. Nesses casos, não existe possibilidade de fixação de critérios objetivos de seleção, motivo pelo qual a Lei atribuiu ao Administrador a prerrogativa de escolher, justificadamente, aquele que melhor possa atender aos interesses da Administração.

24. Idêntico é o entendimento do Supremo Tribunal Federal ao reconhecer a desnecessidade de licitação para formalização de contrato de patrocínio:

Recursos Extraordinários. Constitucional e Administrativo. Alegação de contrariedade aos arts. 5º, inc. II, 37, caput, e inc. XXI, e 93, inc. IX, da Constituição da República. Realização de evento esportivo por entidade privada com múltiplo patrocínio: Descaracterização do patrocínio como contratação administrativa sujeita à licitação. A participação de município como um dos patrocinadores de evento esportivo de repercussão internacional não caracteriza a presença do ente público como contratante de ajuste administrativo sujeito à prévia licitação. Ausência de dever do patrocinador público de fazer licitação para condicionar o evento esportivo: objeto não estatal; Inocorrência de pacto administrativo para prestar serviços ou adquirir bens. Acórdão recorrido contrário à Constituição. Recursos Extraordinários interpostos contra acórdão do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo providos. Recurso Extraordinário contra acórdão do Superior Tribunal de Justiça julgado prejudicado por perda de objeto". (STF, Rel. Min. Carmen Lúcia, RE nº 574636/SP, 1ª T., julgado em 16.08.2011).

25. Na mesma linha, oportuno mencionar a decisão do Tribunal de Contas da União, registrada no Acórdão 855/1997 – Plenário:

7. É despiendo comentar da inadequação de ser realizado procedimento licitatório quando adotada a decisão de oferecer patrocínio a alguma entidade ou evento. A decisão de patrocinar é personalíssima, adotada exatamente em função da expectativa de sucesso que possa vir a ser alcançado pela respectiva entidade ou evento, trazendo uma maior veiculação do nome do patrocinador. Assim, fica caracterizada a inviabilidade de competição que conduz à inexigibilidade prevista no "caput" do art. 25 do Estatuto das Licitações e Contratos.

DIRETORIA JURÍDICA

26. Diante do que foi até aqui exposto, é pacífico, portanto, que os contratos de patrocínio, cumpridos os requisitos, podem ser firmados sem a necessidade de instauração de licitação.
27. Seguindo o racional proposto, o pedido sob análise trata da intenção de patrocinar o Programa “Na Mão Certa”, de iniciativa da Childhood Brasil (Instituto WCF-Brasil ligado ao World Childhood Foundation), organização da sociedade civil, cuja missão é estimular, promover e desenvolver ambientes de apoio e soluções para prevenir e enfrentar o abuso, a exploração sexual e a violência contra crianças e adolescentes.
28. Nesse sentido, a área demandante expôs a relevância do evento a ser patrocinado, bem como apresentou os argumentos necessários à comprovação de singularidade deste patrocínio e, em consequência, a inviabilidade de competição:

2.1. A Administração dos Portos de Paranaguá e Antonina - APPA, enquanto empresa pública comprometida com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável, reconhece a importância da proteção de crianças e adolescentes contra a exploração sexual nas rodovias brasileiras. Nesse contexto, a adesão ao Programa Na Mão Certa, iniciativa da Childhood Brasil, representa um passo fundamental para reforçar o compromisso da organização com a defesa dos direitos da infância e da juventude.

2.2. O Programa Na Mão Certa tem como objetivo sensibilizar e mobilizar diferentes atores da sociedade – empresas, governos e organizações civis – na construção de um Círculo de Proteção para crianças e adolescentes. A atuação conjunta fortalece a prevenção e o combate à exploração sexual nas estradas, promovendo ações educativas e de conscientização entre motoristas, colaboradores e demais envolvidos na cadeia de transporte e logística.

DIRETORIA JURÍDICA

- 2.3. A participação da APPA, no Programa Na Mão Certa alinha-se às suas diretrizes de responsabilidade social e ética corporativa, consolidando práticas que promovem um ambiente mais seguro e sustentável. Por meio dessa iniciativa, a empresa se compromete a implementar ações que contribuam para a erradicação desse grave problema social, disseminando informações, capacitando profissionais e incentivando a denúncia de casos suspeitos.
- 2.4. Além disso, a participação no Programa fortalece a imagem institucional da APPA, como uma organização comprometida com o bem-estar da sociedade e o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, especialmente aqueles relacionados à erradicação da violência contra crianças e adolescentes.
- 2.5. Dessa forma, a participação no Programa Na Mão Certa reafirma o compromisso da Empresa com a promoção de um futuro mais seguro e digno para as novas gerações, contribuindo ativamente para a construção de uma Comunidade Portuária, engajada à proteção à causa de todas as crianças e adolescentes, contra a exploração sexual nas rodovias e no entorno de toda a Comunidade.
- 2.6. A Portos do Paraná iniciou sua participação no Programa em maio de 2025, aderindo ao Pacto Empresarial e ao Grupo Coalizão Paranaguá, ações que integram o Programa na Mão Certa. Em um encontro no auditório do Palácio Taguaré, a Portos do Paraná assinou o Pacto em conjunto com mais de 15 (quinze) empresas de Paranaguá engajadas no Programa, com o intuito de promover a proteção e o enfrentamento à exploração sexual de crianças e adolescentes no município, levando informação e conhecimento aos profissionais de transporte como caminhoneiros e tripulações de navio.¹

DIRETORIA JURÍDICA

- 2.7. Em julho de 2025, a Portos do Paraná recebeu a equipe de psicólogos da Universidade Federal de Sergipe, por meio da organização Childhood Brasil, no pátio de triagem, a fim de promover uma pesquisa juntamente aos caminhoneiros, ouvindo motoristas de diversas regiões do Brasil, com o objetivo de atualizar o perfil dos caminhoneiros brasileiros para produção de materiais educativos, cartilhas e treinamentos.²
- 2.8. Em setembro de 2025, foi celebrado o dia do caminhoneiro com uma campanha no pátio de triagem, promovida pela Portos do Paraná em parceria com a Rocha Terminais, Louis Dreyfus (LDC) e SEST/SENAT, Childhood e Polícia Rodoviária Federal (PRF). A ação mobilizou motoristas e trabalhadores do setor do transporte a integrarem a rede de combate à exploração sexual de crianças e adolescentes, com orientações sobre boa conduta nas estradas, para garantir a segurança de todos que trafegam pelas rodovias brasileiras.³
- 2.9. Além disso, durante o ano foram realizados treinamentos voltados aos multiplicadores e pontos focais, preparando os funcionários da Portos do Paraná envolvidos no programa, para que possam levar conhecimento aos demais, engajando mais pessoas nas ações de proteção.
- 2.10. Através dessas iniciativas, a Portos do Paraná foi reconhecida nacionalmente por ações de proteção à infância e adolescência, recebendo o certificado de reconhecimento anual em evento realizado pela Childhood Brasil em São Paulo, em novembro de 2025.⁴
- 2.11. Sendo assim, continuar apoiando este programa em 2026, será uma importante contribuição na busca para atingir os objetivos do planejamento estratégico, e continuar melhorando a relação porto-cidade incorporando iniciativas ESG.

3. ALINHAMENTO AO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

3.1. Está contratação alinha-se às diretrizes do Plano Estratégico 2022-2027 da Portos do Paraná, conforme:

3.2. Eixo Temático: Sociedade

3.2.1. Objetivo estratégico 1: Melhorar a relação porto-cidade incorporando iniciativas ESG.

29. Com base na justificativa apresentada no termo de referência e no plano de trabalho, percebe-se, salvo melhor juízo, que há um interesse estratégico por parte da APPA em apoiar institucionalmente o evento, já que se considera positivo associar a imagem da Portos do Paraná a iniciativa que, dentre outros fatores (i) sensibiliza e mobiliza diferentes atores da sociedade – empresas, governos e organizações civis – na construção de um círculo de proteção para crianças e adolescentes; (ii) fortalece a prevenção e o combate à exploração sexual nas estradas e (iii) promove ações educativas e de conscientização entre motoristas, colaboradores e demais envolvidos na cadeia de transporte e logística.
30. Some-se tudo isso ao fato de que a credibilidade da instituição é notória. Com mais de 20 anos de atuação, a Childhood Brasil faz parte da World Childhood Foundation, instituição que conta ainda com escritórios na Suécia, na Alemanha e nos Estados Unidos. A organização é certificada como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP).¹
31. Diante dessas características, resta evidenciada a singularidade do patrocínio em questão. Por consequência, constata-se a inviabilidade de competição, uma vez que não há, salvo

¹ <https://www.childhood.org.br/quem-somos/#linha-do-tempo>

DIRETORIA JURÍDICA

melhor juízo, projeto comparável, no mesmo contexto territorial e institucional, que atenda simultaneamente aos requisitos estratégicos e sociais que a APPA pretende alcançar.

32. Partindo deste cenário, tem-se que o pretendido patrocínio, ao que parece, está em consonância com os esforços promovidos por esta Administração em benefício de parcela vulnerável da sociedade, composta por crianças e adolescentes, por meio da atuação específica junto aos caminhoneiros, melhorando, por via de consequência, a relação porto-cidade.

3.2 DO PLANO DE TRABALHO APRESENTADO

33. Superada a definição acerca da forma de celebração da contratação, cumpre destacar que o contrato de patrocínio exige a elaboração prévia de um plano de trabalho, nos moldes do disposto artigo 323 do RILC/2025:

REQUISITOS DO PLANO DE TRABALHO ART. 323, RILC/2025	CUMPRIMENTO
I - Identificação do objeto a ser executado;	Atendido
II - Metas a serem atingidas;	Atendido
III - etapas ou fases de execução;	Atendido
IV - Plano de aplicação dos recursos financeiros;	Atendido
V - Cronograma de desembolso;	Atendido ²
VI - Previsão de início e fim da execução do objeto, bem como da conclusão das etapas ou fases programadas;	Atendido
VII - se o ajuste compreender obra ou serviço de engenharia, comprovação de que os recursos próprios para complementar a execução do objeto estão devidamente assegurados, salvo se o custo total do empreendimento recair sobre a APPA.	N/A

² Pagamento em parcela única da cota no valor de R\$ 27.870,00 (vinte e sete mil oitocentos e setenta reais). Participação como Apoiador I.

DIRETORIA JURÍDICA

34. Da análise da tabela supra, é possível constatar que o Plano de Trabalho está em conformidade com o disposto no art. 323 do Regulamento de Licitações e Contratos da APPA.

3.3 DA MINUTA DO CONTRATO DE PATROCÍNIO.

35. O RILC/2025 prevê no art. 326 os requisitos necessários aos convênios e, no que couber, aos contratos de patrocínio.
36. Com objetivo de facilitar a visualização e verificar a regularidade do documento, a tabela abaixo colacionada pretende o cotejo dos requisitos do art. 326 com a minuta contratual.
37. Aqui, cabe destacar que tal minuta é uma proposta, que foi delineada para cumprir o disposto no RILC, bem como para atender ao padrão desta Administração, o que não impede a rediscussão de determinados pontos quando da assinatura do contrato:

REQUISITOS DO CONTRATO ART. 326, RILC/2025	CLÁUSULA
I - O objeto;	1
II - A forma de execução e a indicação de como será acompanhado pela APPA;	3 a 11
III - os recursos financeiros das partes, se for o caso;	4
IV - A vigência e sua respectiva data de início;	7
V - Os casos de rescisão e seus efeitos;	14
VI - As responsabilidades das partes;	7 e 8
VII - a designação de gestores das partes para a execução do objeto;	9
VIII - as hipóteses de alteração do ajuste;	13
IX - A obrigatoriedade e prazos para prestação de contas;	12
X - A destinação a ser dada aos bens adquiridos para execução dos seus objetivos;	N/A
XI - o foro competente para dirimir conflitos da relação convencional ou patrocinada.	17

38. Ainda, o art. 327, do RILC, prescreve o seguinte:

DIRETORIA JURÍDICA

Art 327 Os patrocínios serão previamente submetidos à análise das áreas responsáveis pela comunicação institucional, marcas e responsabilidade social.

§ 1º No contrato de patrocínio, deverá constar, obrigatoriamente, cláusulas de contrapartidas.

§ 2º A área responsável pela comunicação institucional, marcas e responsabilidade social diligenciará quanto a pertinência do objeto do contrato em relação ao estatuto ou contrato social do requerente do patrocínio.

39. Quanto ao artigo supra colacionado, verifica-se que a área responsável pela comunicação (GCOM) atestou a pertinência do patrocínio; e a cláusula décima primeira prevê as contrapartidas.

40. Dessa forma, é possível afirmar que a minuta contratual apresentada contempla os requisitos regulamentares.

3.4 DO LIMITE DE DESPESAS COM PATROCÍNIO. DA NECESSIDADE DE APROVAÇÃO DO CONSAD.

41. O presente patrocínio abrangerá o **exercício de 2026** – ano de eleição para cargos do ente federativo ao qual esta empresa pública está vinculada.

42. Em compasso com as melhores práticas de governança, o § 2º do Art. 93 da Lei nº 13.303/2016 estabelece o seguinte critério limitador de gastos para o exercício em ano eleitoral:

Art. 93. As despesas com publicidade e **patrocínio** da empresa pública e da sociedade de economia mista não ultrapassarão, em cada exercício, o limite de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior.

§ 1º O limite disposto no caput poderá ser ampliado, até o limite de 2% (dois por cento) da receita bruta do exercício anterior, por proposta da diretoria da empresa pública ou da sociedade de economia mista justificada com base em parâmetros de mercado do setor específico de atuação da empresa ou da sociedade e aprovada pelo respectivo Conselho de Administração.

§ 2º É vedado à empresa pública e à sociedade de economia mista realizar, em ano de eleição para cargos do ente federativo a que sejam vinculadas, despesas com publicidade e **patrocínio** que excedam a média dos gastos nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito ou no último ano imediatamente anterior à eleição.

DIRETORIA JURÍDICA

43. Já a Lei nº 9.504/97 (Lei das Eleições) previa (antes da alteração legislativa de 2022) no art. 72, inciso VII, a vedação à realização no primeiro semestre do ano de eleição de despesas com publicidade (...) que excedessem a média dos gastos no primeiro semestre dos três últimos anos que antecedem o pleito.

44. Posteriormente, a Lei nº 14.356/22 alterou essa disposição, passando a redação a constar, como referência, a média mensal dos valores:

Das Condutas Vedadas aos Agentes Públicos em Campanhas Eleitorais

Art. 73. São proibidas aos agentes públicos, servidores ou não, as seguintes condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais:

(...)

“VII - empenhar, no primeiro semestre do ano de eleição, despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, que excedam a 6 (seis) vezes a média mensal dos valores empenhados e não cancelados nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito; [\(Redação dada pela Lei nº 14.356, de 2022\)](#) [\(Vide ADI 7178\)](#) [\(Vide ADI 7182\)](#)

(...)

§ 14. Para efeito de cálculo da média prevista no inciso VII do caput deste artigo, os gastos serão reajustados pelo IPCA, aferido pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ou outro índice que venha a substituí-lo, a partir da data em que foram empenhados. [\(Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022\)](#)

45. Por sua vez, o RILC/APPA manteve a metodologia do art. 72, inciso VII da a Lei nº 9.504/97, antes da alteração legislativa de 2022:

Art 320 As despesas com patrocínio da APPA, somadas as de publicidade, não ultrapassarão, em cada exercício, o limite de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior.

§ 1º O limite disposto no caput poderá ser ampliado, até o limite de 2% (dois por cento) da receita bruta do exercício anterior, por proposta da Diretoria Executiva da APPA, justificada com base em parâmetros de mercado do setor específico de atuação da APPA e aprovada pelo respectivo Conselho de Administração.

§ 2º É vedado à APPA realizar, em ano de eleição, despesas com patrocínio que, somadas às de publicidade, excedam a média dos gastos no primeiro semestre dos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito.

§ 3º Para o período de 3 (três) meses que antecedem as eleições são permitidos apenas os gastos com publicidade em situações de grave e urgente necessidade pública, devidamente motivada e aprovada pela Diretoria Executiva.

DIRETORIA JURÍDICA

46. Complementarmente, o Manual de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos³ publicado pela Procuradoria-Geral do Estado do Paraná reúne informações acerca dos gastos com **publicidade** em ano eleitoral. Confira-se:

5.2. GASTOS COM PUBLICIDADE DE ÓRGÃOS OU ENTIDADES PÚBLICAS

No primeiro semestre do ano de eleição, é vedado ao administrador público empenhar despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, que excedam a 6 (seis) vezes a média mensal dos valores empenhados e não cancelados nos três últimos anos que antecedem o pleito.⁴ Quanto à média dos gastos, a Procuradoria-Geral do Estado⁵ já se pronunciou no sentido de que:

i) **deve ser considerado o valor total da Administração Pública Direta e Indireta, incluindo as empresas estatais;**

ii) para as empresas estatais, há que se observar também o art. 93, § 2º, da Lei Federal n.º 13.303/2016, com **três limites** para o ano eleitoral, a saber,

a) despesa geral com publicidade de que trata o inc. VII do art. 73 da Lei Eleitoral;

b) percentual máximo de despesas com publicidade e patrocínio em relação a receita bruta da entidade e

c) o limite de gastos das estatais quando as eleições visarem o preenchimento de cargos do ente federativo a que sejam vinculadas.⁶

47. Dessa forma, o que se tem é a imposição, a esta Empresa Pública, de um controle de gastos com **publicidade e patrocínio** em ano eleitoral sob 5 enfoques:

³ https://www.pge.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2024-04/pge_cartilha_de_conduta_eleicoes_municipais_0.pdf

⁴ Lei Federal n.º 9.504/1997, art. 73, inc. VII.

⁵ Informação n.º 171/2020-AT-GAB/PGE, aprovada pela Exma. Procuradora-Geral do Estado no Despacho n.º 386/2020-PGE à fls. 17 do protocolado n.º 16.592.174-7.

⁶ Lei Federal n.º 13.303/2016. “Art. 93. As despesas com publicidade e patrocínio da empresa pública e da sociedade de economia mista não ultrapassarão, em cada exercício, o limite de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior. [...] § 2º É vedado à empresa pública e à sociedade de economia mista realizar, em ano de eleição para cargos do ente federativo a que sejam vinculadas, despesas com publicidade e patrocínio que excedam a média dos gastos nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito ou no último ano imediatamente anterior à eleição.”

DIRETORIA JURÍDICA

- A** Lei nº 13.303/2016 (art. 93, §1º): 2% da receita bruta do exercício anterior;
- B** Lei nº 13.303/2016 (art. 93, 2º): média dos gastos com publicidade e patrocínio em 2023, 2024 e 2025;
- C** RILC/APPA (art. 250, 2º): média dos gastos no primeiro semestre dos anos de 2023, 2024 e 2025;
- D** Lei nº 9.504/97: seis vezes a média mensal dos valores empenhados e não cancelados em 2023, 2024 e 2025;
- E** PGE/PR: o valor total da Administração Pública Direta e Indireta, incluindo as empresas estatais.

48. Quanto ao período abrangido pela vedação, enquanto a Lei nº 9.504/1997 restringe-se ao “primeiro semestre do ano de eleição”, a Lei nº 13.303/2016, e também o RILC/APPA, optaram por limitar os gastos durante todo o “ano de eleição”.

49. Vale recordar ainda que, **nos três meses que antecedem o pleito**, é vedado aos agentes públicos autorizar publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral (art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/1997).

50. Sobre o tema, colacionamos a jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral:

“Conduta vedada (Lei nº 9.504/97, art. 73, VI, **b**): caracterização: publicidade institucional da Petrobras, sociedade de economia mista, sem autorização do presidente do TSE, que, nos três meses antecedentes do pleito, dirige-se a responder críticas de candidato a presidente da República a ato de sua administração; ainda quando não caracterizado o propósito de beneficiar outro concorrente ao pleito: suspensão imediata de sua divulgação pela mídia e condenação à multa de 50.000 Ufirs (L. cit., art. 73, § 4º).” (Ac. de 25.9.2002 no AgRgRp nº 484, rel. Min. Humberto Gomes de Barros, red. designado Min. Sepúlveda Pertence.)

“[...] Eleições 2014. Publicidade institucional. Período vedado. [...] Constitucionalidade do art. 73, VI, **b**, da Lei nº 9.504/1997. [...] 5. O art. 73, VI, **b**, da Lei nº 9.504/1997 não suprime o princípio da publicidade, mas apenas o mitiga, a fim de garantir a higidez do processo eleitoral. Constitucionalidade do dispositivo assentada no AgR-REspe nº 25.786/RS (Rel. Min. Caputo Bastos, j. em 01.08.2006). 6. A previsão legal específica, de restrição temporal da publicidade institucional tendente a desequilibrar as eleições, concretiza a ponderação necessária entre a transparência dos atos do poder público (art. 37, caput, da CF/88) e a garantia da isonomia e paridade de armas entre os candidatos nos pleitos eleitorais (art. 14, caput, da CF/88). A invocação do princípio constitucional da transparência não é hábil a afastar

DIRETORIA JURÍDICA

a ilicitude da conduta que descumpre frontalmente a regra do art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/1997. [...]” (Ac. de 8.8.2019 no R-Rp nº 177034, rel. Min. Luis Roberto Barroso.)

“[...] Eleições 2024. [...] Conduta vedada. Publicidade institucional. Art. 73, VI, b, da Lei n. 9.504/1997. Postagens nos perfis da prefeitura municipal. Youtube e Facebook. [...] 3. O acórdão regional está em consonância com a jurisprudência do TSE, segundo a qual é ilícita a manutenção da propaganda institucional durante o período vedado, ainda que sua divulgação tenha sido autorizada anteriormente e independentemente de a mensagem conter, ou não, teor eleitoral. Este Tribunal também já assentou que o reconhecimento da conduta vedada enseja a aplicação da multa independentemente de autorização ou anuência do beneficiário com a prática do ato ilícito. Precedentes. [...]” (Ac. de 2/10/2025 no AgR-REspEI n. 060009794, rel. Min. Estela Aranha.)

“Eleições 2020 [...] Ação de investigação judicial eleitoral. [...] Abuso do poder político. Veiculação de publicidade de cunho institucional. Divulgação de obras e políticas públicas. Redes sociais. [...] 5. O entendimento da Corte de origem está em consonância com a jurisprudência do TSE, firmada no sentido de que ‘para a imposição da multa prevista no § 4º do art. 73 da Lei nº 9.504/97, pelo exercício da conduta vedada no inciso VI, b, do mesmo artigo, é necessário que se trate de propaganda institucional, autorizada por agente público e paga pelos cofres públicos’ [...]”. (Ac. de 11.5.2023 no AgR-AREspE nº 060013645, rel. Min. Sérgio Banhos.)

“[...] 5. A conduta vedada prescrita no art. 73, VI, “b”, da Lei 9.504/1997 possui natureza objetiva, caracterizado o ilícito mediante a simples veiculação ou permanência da publicidade institucional dentro do período vedado, independente do intuito eleitoral. [...]” (Ac. de 2.6.2022 no AgR-AREspE nº 060003965, rel. Min. Alexandre de Moraes.)

51. O objetivo, portanto, é alertar a área demandante, a futura Comissão de Fiscalização, bem como a DAF, sobre a obrigatoriedade de observar o teto específico de gastos para patrocínio e publicidade (tanto para no âmbito de verificação prévia quanto em sede de execução de despesa) – que, por força do art. 93, § 2º, da Lei nº 13.303/2016; do art. 250, §2º do RILC/APPA; do art. 73, VII, da Lei nº 9.504/97, não poderá exceder os limites lá estabelecidos.
52. Assim, **considerando que o programa ora proposto prevê a execução de diversas ações ao longo do ano (inclusive nos 3 meses que antecedem o pleito, o qual tem restrições específicas, conforme apontados no §49), recomenda-se a análise pela área demandante e pela GCOM quanto à necessidade de ajuste de cronograma de divulgações e eventos notadamente nos 3 meses que antecedem o pleito.**

ADMINISTRAÇÃO DOS PORTOS DE PARANAGUÁ E ANTONINA

DIRETORIA JURÍDICA

53. Nessa toada, verifica-se que a DAF manifestou-se quanto ao percentual desta contratação relativamente à receita operacional bruta do exercício anterior – considerando tratar-se de ano eleitoral::

Descrição	Protocolo/ Requisição SAP	Valor (R\$) / Saldo
Renovação dos Contratos nº 13/2025 e 14/2025 – Contratação de Agências de Publicidade Institucional	25.174.667-2	9.375.000,00
Patrocínio para o II Congresso "Elas no Direito"	1000000411	50.000,00
Patrocínio do Projeto "5C na Escola"	1000000412	120.000,00
Valor Total		9.545.000,00

As despesas listadas nestes casos totalizam um percentual de 1,32% das receitas operacionais brutas do exercício anterior. Descrito os valores já aprovados ou que estão em processo de aprovação, calculamos a seguir os valores pleiteados na presente requisição:

Descrição	Valor (R\$)
Receita Operacional Bruta (prévia) – 2025	721.527.938,34
Percentual do Valor sobre a Receita já considerado para 2026	1,32%
Patrocínio do Projeto "5C na Escola"	27.870,00
Percentual final	1,33%

Conforme demonstrado na tabela, os valores pleiteados para serviços de patrocínio, publicidade e propaganda para o ano-exercício de 2026 equivalem a 1,33% (um inteiro e trinta e três por cento), da Receita Operacional Bruta do ano-exercício de 2025, já considerando as autorizações anteriores, e o presente pleito tratado nesta solicitação.

54. Não é demais lembrar que para concessão do patrocínio pretendido, é preciso autorização do CONSAD, notadamente em observância ao disposto no art. 93, § 1º, da Lei nº 13.303/2016:

Art. 93 As despesas com publicidade e patrocínio da empresa pública e da sociedade de economia mista não ultrapassarão, em cada exercício, o limite de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior.

§ 1º O limite disposto no caput poderá ser ampliado, até o limite de 2% (dois por cento) da receita bruta do exercício anterior, por proposta da diretoria da empresa pública ou da sociedade de economia mista

DIRETORIA JURÍDICA

justificada com base em parâmetros de mercado do setor específico de atuação da empresa ou da sociedade e aprovada pelo respectivo Conselho de Administração.

55. Atestado, portanto, que o patrocínio ao Programa na Mão Certa, está dentro do limite legal ampliado do §1º do Art. 93, **ressalvada a necessidade de autorização do Consad.**
56. Por fim, em caráter colaborativo, **recomenda-se a leitura do MANUAL DE CONDUZAS VEDADAS AOS AGENTES PÚBLICOS EM ANO ELEITORAL - ELEIÇÕES 2026,** publicado pela Procuradoria Geral do Estado do Paraná, disponível no link: https://www.pge.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2026-03/cartilha_2026.pdf.

3.5 ANÁLISE FINAL DA FASE PREPARATÓRIA DA CONTRATAÇÃO. DA PRESTAÇÃO DE CONTAS.

57. Verificada a possibilidade de contratação por inexigibilidade, o preenchimento dos requisitos do plano de trabalho exigidos no RILC e avaliada a minuta de contrato elaborada, a fim de facilitar a averiguação da observância a todas as exigências para formalização do patrocínio pretendido, a DJU elaborou a tabela abaixo:

REQUISITOS PATROCÍNIO INEXIGIBILIDADE	ITEM
Vinculação ao fortalecimento da marca e/ou relação Porto-Cidade (art. 318).	Atendido, conforme atestado pelo setor requisitante.
Plano de Trabalho (art. 323).	Atendido.
Análise da área responsável (art. 327).	Atendido
Declaração de Adequação Orçamentária (art. 330).	Atendido.
Limite de despesas (art. 320).	Atendido.
Chamamento (art. 325).	Não se aplica – Inexigibilidade.
As razões da escolha do fornecedor ou do executante; (inexigibilidade; art. 68, III)	Atendido, vide TR.
Justificativa do preço, inclusive com apresentação de orçamentos ou da consulta de preços de mercado (inexigibilidade; art. 68, IV e §1º)	Atendido, proposta de adesão Recibo emitido em favor da Anoreg

DIRETORIA JURÍDICA

Parecer técnico, seguido de parecer jurídico, emitidos sobre a dispensa ou inexigibilidade, conforme o caso (inexigibilidade; art. 68, VI).	Atendido - Manifestação da CPLC e parecer jurídico em tela.
Documentos de habilitação jurídica e de regularidade fiscal, qualificação técnica e econômico-financeira, justificadamente exigíveis de acordo com o objeto contratado (inexigibilidade; art. 68, VIII).	Atendido.
Verificação quanto a inexistência de óbice para celebração do contrato nos termos do art. 321 do RILC ⁷	Atendido.

58. O RILC estabelece que em toda contratação deve estar presente a justificativa de preços, No caso do patrocínio, dada a impossibilidade de comparação dos critérios (inclusive financeiros) atribuídos ao evento a ser patrocinado, o parâmetro de precificação recai nos preços praticados pelo próprio patrocinado junto aos demais patrocinadores.
59. Com efeito, segundo a jurisprudência do TCU, a justificativa do preço em contratações diretas no caso de inexigibilidade de licitação deve ser realizada, preferencialmente, mediante a comparação com os preços praticados pelo próprio fornecedor junto a outras instituições públicas ou privadas. No Acórdão nº 1.565/2015, indicou-se, aliás, uma adoção apenas preferencial desta forma de justificar o preço, sem afastar outras eventualmente cabíveis. Logo, o objetivo é estabelecer uma comparação entre as ofertas da própria

⁷ Art. 321 É vedada a celebração de convênios ou contratos de patrocínio nas hipóteses abaixo indicadas e em outras previstas em normas internas:

- I – Com entidades públicas ou privadas em que Conselheiros, Diretores, empregados da APPA, seus respectivos cônjuges ou companheiros, assim como pessoal cedido ou requisitado, ocupem cargos de direção, sejam proprietários, sócios, bem como que possuam grau de parentesco em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;
- II – Com entidades privadas que não comprovem requisitos mínimos de qualificação, especialmente experiência anterior em atividades referentes à matéria objeto do convênio; e
- III – Com pessoas que tenham, em suas relações anteriores com a APPA, incorrido em pelo menos uma das seguintes condutas:
- a) Omissão no dever de prestar contas;
 - b) Descumprimento injustificado do objeto de convênios ou de contratos de patrocínios;
 - c) Desvio de finalidade na aplicação dos recursos transferidos;
 - d) Ocorrência de dano a APPA; ou
 - e) Prática de outros atos ilícitos na execução de convênios ou de contratos de patrocínio

DIRETORIA JURÍDICA

patrocinada para demais interessados, bem como através de contratos já celebrados pelo próprio executor com outros patrocinadores.

60. Sobre tal aspecto, a área demandante juntou a apresentação do programa de patrocínio contendo os níveis de apoiadores (em ordem decrescente: mantenedor platina, ouro, prata ou bronze e apoiador níveis I, II, III e IV). No caso, a APPA entrará como Apoiadora nível I, que tem o desembolso de R\$ 27.870.00.
61. Assim, considera-se a justificativa de preços adequada e suficiente a atender os requisitos do Regulamento de Licitações e Contratos da APPA.
62. A DJU destaca, ainda, que, a fim de assegurar que o interesse público seja resguardado em casos de celebração de contrato de patrocínio, conforme recomenda o Tribunal de Contas da União, é fundamental que a entidade patrocinadora imponha a prestação de contas pelo ente patrocinado, requerendo a apresentação de todos os documentos capazes de comprovar a forma de aplicação dos bens ou serviços repassados:

F As concessões de patrocínios por órgãos e entidades da Administração Pública Federal devem ser precedidas das devidas justificativas, especialmente os ganhos de mídia que poderão advir com esse tipo de repasse de recursos públicos a terceiros.

G Na prestação de contas a ser apresentada pelo patrocinado devem constar os documentos comprobatórios que evidenciem o destino dado ao montante recebido às custas do erário, em consonância com a avaliação sistemática dos resultados obtidos, na forma do art. 3º, inciso VI, do Decreto nº 4.799/2003.

H Cabe ao órgão ou entidade da Administração Pública Federal que avaliar globalmente os resultados de sua política de patrocínio, por meio de pesquisas que ponderem o retorno e a aceitação do público em relação aos patrocínios concedidos verifique os resultados obtidos pela Empresa por meio da avaliação global de sua política de patrocínio, mediante pesquisas que ponderem o retorno e a aceitação do público em relação aos patrocínios concedidos”. (grifou-se) (Acórdão 2277/2006 – Plenário).

I Algumas estatais já incluem em seus contratos a obrigatoriedade de apresentação pelo patrocinado de comprovantes de despesas, corroborando a visão de que há uma necessidade de se incrementar os controles sobre esses recursos. (...) mostra-se imperiosa a revisão do art. 35 da IN Secom/PR 9/2014 a fim de incluir, doravante, a obrigatoriedade de prestação de contas de despesas executadas com recursos de

DIRETORIA JURÍDICA

patrocínios de qualquer natureza, a fim de evitar desvios de condutas, enriquecimentos ilícitos, e outros problemas, visto que a dispensa de tal comprovação associada à falta de transparência dessas ações não atende ao interesse público e impossibilita o controle da conformidade de recursos que são repassados a entidades privadas em um processo eivado de falhas em todas as suas fases. A revisão da referida norma deve, ainda, levar em conta o que prescreve a Lei 13.303/2016, conhecida como Lei das Estatais, que cria regras novas específicas para patrocínios (Acórdão nº 2770/2018 – Plenário).

63. Sob essa perspectiva, repisa-se que é imprescindível que após a realização do evento seja solicitada prestação de contas dos valores investidos e dos resultados obtidos, considerando o alcance e a abrangência da vinculação da marca desta empresa pública, conforme devidamente estabelecido na cláusula que trata da obrigatoriedade de prestação de contas elencada na minuta contratual.

4. CONCLUSÃO.

64. Ante o exposto, abstraídas as questões técnicas e resguardado o poder discricionário do Diretor Presidente quanto à oportunidade e conveniência da prática do ato administrativo, a DJU opina pela possibilidade de celebração do patrocínio nos termos propostos, ressalvada a **necessidade de aprovação pelo CONSAD, conforme §§ 54/55.**
65. Destacam-se as informações postas nos §§ 41/52.
66. Em caráter colaborativo, recomenda-se a leitura do MANUAL DE CONDUTAS VEDADAS AOS AGENTES PÚBLICOS EM ANO ELEITORAL - ELEIÇÕES 2026, publicado pela Procuradoria Geral do Estado do Paraná, conforme §56.
67. Por derradeiro, destaca-se que é imprescindível que, após a realização do evento, seja solicitada **prestação de contas dos valores investidos e dos resultados obtidos**, considerando o alcance e a abrangência da vinculação da marca desta empresa pública, nos termos dos **§§ 62/63.**
68. Assim, encaminhamos o presente para análise e aprovação pela autoridade superior.

DIRETORIA JURÍDICA

Paranaguá/PR, datado e assinado eletronicamente.

Stephanie Avila Fonseca Dias

Analista Portuária – Advogada

Coordenadora de Licitações e Contratos

Yasmin Carlim Antunes

Gerente da Procuradoria Consultiva

Marcus Vinicius Freitas dos Santos

Diretor Jurídico

COMUNICAÇÃO INTERNA 2608/2026.

Documento: **PARECERPATROCINIONAMAOCERTACHILDHOODBRASILRILC2025SAP1000000429.pdf.**

Assinatura Avançada realizada por: **Stephanie Avila Fonseca Dias (XXX.966.489-XX)** em 17/04/2026 15:41.

Assinatura Simples realizada por: **Yasmin Carlim Antunes (XXX.200.049-XX)** em 17/04/2026 16:13, **Marcus Vinicius Freitas dos Santos (XXX.176.789-XX)** em 22/04/2026 08:05.

Inserido ao documento **2.099.521** por: **Maria Eduarda Cardoso da Costa** em: 17/04/2026 15:08.



Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021.

A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:

<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código:
0032a8afbdad6ec06d22ef6425077cb6