

§ 1º A exposição do nome ou da marca deve manter a identidade visual do bem público e atender às diretrizes da Lei Federal nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000.

§ 2º O cessionário deverá observar as regras estabelecidas na legislação de paisagem urbana para todos os elementos de publicidade, comunicação visual ou estruturas que sejam visíveis de logradouro público.

Art. 4º As medidas, quantidades máximas e outros parâmetros para a produção das peças de publicidade descritas nos arts. 2º e 3º, caput, deste Decreto, serão definidos no instrumento convocatório.

Art. 5º Adicionalmente às peças físicas, o cessionário poderá instalar, caso inexistentes, sistema de comunicação sonora para fins de divulgação do nome ou da marca aos usuários do bem público.

§ 1º A veiculação de mensagens sonoras deverá ser compatível com os usos e características do bem público, não podendo prejudicar a prática de atividades esportivas, culturais, recreativas e de lazer, tampouco causar distúrbios ou incômodos aos usuários e à população do entorno.

§ 2º O cessionário deverá apresentar proposta de implantação de sistema de comunicação sonora ao cedente, contendo todas as informações necessárias para a implantação e operação, que ocorrerá às suas expensas.

§ 3º Nos bens públicos em que já houver equipamentos sonoros, o cessionário poderá:

I - aceitar o sistema de sonorização existente, pelo que não caberá reclamar vantagem pecuniária ou indenização, tendo o cessionário o dever de preservar e conservar o estado do equipamento sonoro; e

II - substituir, às suas expensas, o sistema de sonorização, conforme os termos da contratação.

§ 4º Na hipótese do inciso II do § 3º deste artigo, ao final da contratação, os equipamentos sonoros serão incorporados ao patrimônio público, não cabendo indenização ao cessionário.

Art. 6º O cessionário deverá submeter o projeto de comunicação visual e/ou sonora à aprovação prévia do órgão ou entidade cedente competente, em prazo a ser estipulado no instrumento convocatório, o qual não será inferior a 15 (quinze) dias úteis após a assinatura do contrato.

Parágrafo único. O órgão ou entidade cedente deverá submeter o projeto de que trata o caput deste artigo à aprovação da Secretaria de Estado de Comunicação (SECOM).

Art. 7º O projeto de comunicação visual e/ou sonora e sua implementação, de que trata o art. 6º deste Decreto, deverão ser custeados pelos respectivos cessionários dos direitos de denominação.

Art. 8º O cessionário poderá utilizar-se das divulgações oficiais relacionadas ao bem público em jornais, mídias digitais e mídia regional, desde que observados o art. 37, § 1º, da Constituição Federal e o art. 22, caput, da Constituição Estadual.

Art. 9º A publicidade digital decorrente da cessão onerosa do direito à denominação deverá observar critérios específicos quanto à forma, conteúdo, identidade institucional e finalidade pública, com o objetivo de assegurar a impessoalidade, a moralidade e o interesse coletivo, em conformidade com os princípios da Administração Pública e as normas legais aplicáveis.

§ 1º Para os fins deste Decreto, considera-se publicidade digital toda forma de divulgação de conteúdos relacionados ao bem público nomeado, realizada por meio de plataformas digitais, redes sociais, sites institucionais, aplicativos de comunicação, ou demais mídias eletrônicas vinculadas à Administração Pública ou ao cessionário.

§ 2º A concessionária detentora dos naming rights poderá explorar comercialmente a marca vinculada ao(s) equipamento(s) público(s) objeto desta concessão, inclusive em plataformas digitais, desde que respeitados os limites legais, contratuais e éticos estabelecidos neste Decreto, bem como a legislação vigente.

§ 3º A publicidade digital deverá ter como objetivos:

I - informar a população, com transparência, sobre a cessão de naming rights;

II - valorizar o bem público e os benefícios decorrentes da parceria;

III - preservar e fortalecer a identidade institucional do Governo do Estado do Pará;

IV - possibilitar, quando cabível, a comunicação dirigida ao público-alvo do equipamento nomeado, desde que respeitados os princípios da publicidade institucional.

§ 4º A exploração publicitária digital será permitida nas seguintes modalidades:

I - exibição da marca em websites e perfis oficiais do(s) equipamento(s), quando existentes;

II - criação de páginas, perfis ou conteúdos em redes sociais vinculados à marca patrocinadora associada ao nome do equipamento;

III - divulgação em mídia programática (como Google Ads), especialmente para promoção de eventos realizados no local;

IV - produção e veiculação de conteúdos digitais (vídeos, animações, reels, podcasts, entre outros), com associação direta entre a marca patrocinadora e o equipamento;

V - disparo de e-mail marketing, newsletters e outras formas de comunicação eletrônica institucional com uso da marca vinculada ao naming rights.

§ 5º São canais autorizados para veiculação da publicidade digital:

I - perfis oficiais do Governo do Estado do Pará e do bem público nas redes sociais;

II - sites institucionais dos órgãos e entidades da Administração Pública Estadual;

III - perfis oficiais do cessionário, mediante autorização expressa do órgão cedente e da Secretaria de Estado de Comunicação (SECOM);

IV - plataformas digitais controladas pela Administração Pública, ou eventualmente criadas para divulgar as ações relacionadas à cessão.

§ 6º Toda publicidade digital deverá:

I - respeitar o princípio da moralidade administrativa e o caráter impessoal da comunicação pública;

II - adotar linguagem informativa, objetiva, acessível e não promocional;

III - observar as diretrizes do manual de identidade visual e de comunicação institucional do Governo do Estado do Pará;

IV - assegurar a acessibilidade, com uso de recursos como legendas, texto alternativo e contraste visual adequado;

V - preservar a integridade da imagem do bem público e de sua denominação originária;

VI - respeitar as disposições do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, da Lei de Direitos Autorais, da Lei da Propriedade Industrial e do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

§ 7º É vedado na publicidade digital:

I - a promoção pessoal de autoridades públicas, servidores ou terceiros;

II - a divulgação de servidores públicos como representantes de marca, influenciadores ou porta-vozes da parceria;

III - a exibição de produtos ou serviços com preços, descontos, ofertas comerciais ou links para páginas de conversão;

IV - a veiculação de conteúdo discriminatório, político-partidário, religioso, ofensivo ou que atente contra direitos fundamentais;

V - o uso de linguagem sensacionalista, promocional ou que induza à confusão entre interesse público e privado;

VI - a utilização de elementos gráficos ou textuais que simulem práticas de venda ou captação de clientela;

VII - a vinculação da marca patrocinadora a causas, produtos ou serviços ilegais, como substâncias ilícitas ou jogos de azar não regulamentados;

VIII - a simulação de institucionalidade pública por meio do uso de brasões, bandeiras ou quaisquer elementos visuais semelhantes aos símbolos oficiais do Governo do Estado do Pará;

IX - coleta e uso de dados de usuários em plataformas digitais vinculadas ao equipamento sem consentimento expresso, em desacordo com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD);

X - divulgação de informações falsas, sensacionalistas ou que induzam o público a erro, com o objetivo de promoção comercial.

§ 8º A veiculação de conteúdos digitais deverá ser submetida à aprovação prévia da Secretaria de Estado de Comunicação (SECOM), que avaliará conteúdo e forma considerando:

I - a conformidade do conteúdo com os princípios da Administração Pública;

II - a adequação visual e textual às diretrizes de comunicação institucional;

III - o calendário de postagens, frequência e equilíbrio da exposição digital;

IV - a compatibilidade com os objetivos informativos da cessão;

V - a pertinência de eventual colaboração com influenciadores digitais, observando critérios técnicos e institucionais previamente definidos.

§ 9º As postagens realizadas em colaboração com os perfis oficiais do Governo do Estado ou do bem nomeado deverão ser autorizadas previamente pela Secretaria de Estado de Comunicação (SECOM), que definirá parâmetros quanto à forma, conteúdo, periodicidade e pertinência institucional das publicações.

§ 10. O cessionário deverá manter registro e relatório das peças digitais divulgadas, com detalhamento dos canais utilizados, datas de veiculação e conteúdos publicados, os quais serão periodicamente avaliados pelo órgão cedente e pela Secretaria de Estado de Comunicação (SECOM), para fins de controle, transparência e conformidade institucional.

§ 11. O disposto no inciso III do §6º aplica-se exclusivamente às comunicações realizadas pelos canais oficiais do Governo do Estado ou pelos canais do bem público nomeado, não autorizando o uso, pelo cessionário, de símbolos ou elementos visuais oficiais que possam simular institucionalidade pública, conforme vedações do § 7º, inciso VIII.

Art. 10. O cessionário é responsável por:

I - produzir e instalar as peças físicas e digitais de publicidade, inclusive os aparelhos de comunicação sonora, quando for o caso;

II - realizar manutenção preventiva em todos as peças de publicidade, inclusive os aparelhos de comunicação sonora, quando for o caso, durante toda a vigência do contrato;

III - retirar as peças existentes para substituição pelas novas peças produzidas;

IV - retirar as peças de publicidade e equipamentos sonoros de sua propriedade ao final do contrato, observado o disposto no § 4º do art. 5º deste Decreto;

V - armazenar e tratar a logística de todos os materiais envolvidos na atividade de substituição da comunicação visual;

VI - garantir a adequação dos materiais, equipamentos necessários e de pessoas às exigências legais de segurança;

VII - promover a limpeza e o descarte de resíduos decorrentes das atividades de instalação e manutenção das peças de publicidade, na forma da legislação de regência;

VIII - assumir a integral responsabilidade por quaisquer acidentes de trabalho na execução do contrato, assim como pelo uso indevido de patentes e/ou de direitos autorais; e

IX - outras responsabilidades atribuídas no instrumento convocatório e no contrato.

§ 1º As atividades descritas neste artigo deverão ser realizadas em datas e horários previamente ajustados com o órgão ou entidade gestor do bem público.

§ 2º A instalação de quaisquer peças de publicidade em desconformidade com as propostas aprovadas sujeita o cessionário às penalidades previstas na legislação, nos termos fixados pelo instrumento convocatório e no contrato.

§ 3º O cessionário deverá observar as normas que estabelecem critérios e práticas de sustentabilidade e as vedações previstas no art. 4º da Lei Estadual nº 10.963, de 2025, durante toda a vigência contratual.

Art. 11. O cessionário, além do direito de crescer o nome ou a marca, tem direito a: