Lei Ordinária nº 1.745, de 18 de maio de 2022

Institui Lei de Patrocínio no Município e disciplina a sua concessão.

O PREFEITO DO MUNICÍPIO DE ARMAÇÃO DOS BÚZIOS Faço saber que a Câmara Municipal aprovou e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º. Institui Lei de Patrocínio no Município de Armação de Búzios, destinada a patrocinar projetos de pessoas jurídicas, e disciplina a sua concessão.

Art. 2º. Para efeitos desta Lei considera-se:

I – patrocínio: ação de comunicação que se realiza por meio da aquisição do direito de associação da imagem institucional, símbolos oficiais, logomarca ou produtos e serviços, programas e políticas de atuação do patrocinador a projetos de iniciativa de terceiro;

II – patrocinador: órgão da Administração Pública que, no exercício de suas competências, funções ou atividades, justificadamente, constatar a conveniência e a oportunidade de patrocinar iniciativa de terceiro;

III – patrocinado: pessoa jurídica sem fins lucrativos que oferece ao patrocinador a oportunidade de patrocinar projeto próprio;

IV – objetivo do patrocínio: a geração de identificação e reconhecimento do patrocinador por meio da iniciativa patrocinada, ampliando o relacionamento com públicos de interesse, a divulgação de imagem institucional, símbolos oficiais, logomarca ou produtos e serviços, programas e políticas de atuação, de modo a agregar valor positivo à imagem do patrocinador, para fora de suas fronteiras;

V – projeto de patrocínio: iniciativa do patrocinado, apresentada em documento próprio e por escrito, que contenha as características, as justificativas, a metodologia de sua execução, as cotas de participação, as contrapartidas e as condições financeiras do patrocínio, informando outras peculiaridades da ação proposta ao patrocinador;

VI – contrapartida: obrigação contratual do patrocinado que expressa o direito de associação da imagem institucional, logomarca ou produtos e serviços do patrocinador ao projeto patrocinado, por meio das seguintes modalidades:

a) de imagem: obrigatória a divulgação, inserção ou aplicação dos símbolos oficiais ou de logomarca institucional do patrocinador, associando estas ao projeto de patrocínio;

b) negocial: ações de oportunidade que visam à aproximação direta do patrocinador com o público-alvo do projeto patrocinado, que não necessariamente se relacionem de forma direta com o objeto do patrocínio;

c) social: ações de inclusão social de grupos específicos, campanhas de utilidade pública e fomento a práticas de promoção, apoio e desenvolvimento do convívio social, da integração comunitária, acesso à cultura, ao desporto e ao lazer;

d) ambiental: iniciativas que visem ao desenvolvimento do meio ambiente e que remetam o patrocinador à imagem de organização socialmente responsável.

VII – contrato de patrocínio: instrumento formal que ajusta o conjunto de direitos, responsabilidades e obrigações decorrentes de relação jurídica estabelecida formalmente entre patrocinador e patrocinado, para concessão de patrocínio.

§ 1º As contrapartidas previstas no inciso VI deste artigo visam a uma melhor negociação dos projetos de patrocínio, por meio da rentabilização dos investimentos feitos pelos órgãos da Administração Pública, na qual serão criadas as cotas de patrocínio, que consistem no rol mínimo e exemplificativo de contrapartidas possíveis, que um projeto de patrocínio deve ofertar ao patrocinador.

§ 2º Para fins de concessão de patrocínio, o projeto de patrocínio apresentado deverá contemplar as modalidades de contrapartida indicadas no inciso VI deste artigo, sendo a contrapartida da alínea “a” obrigatória e das alíneas “b”, “c” e “d” facultativas.

§ 3º O valor do patrocínio será concedido de acordo com aquele estipulado nas cotas de patrocínio indicadas pelo Patrocinado e aprovadas pelo Patrocinador.

§ 4º As cotas de patrocínio associadas às contrapartidas de que trata o inciso VI, deste artigo serão estabelecidas em Decreto Municipal regulamentador desta Lei.

Art. 3º. Não serão considerados patrocínio, para os fins desta Lei:

I – a cedência gratuita de recursos humanos;

II – a destinação de materiais, bens, produtos ou serviços;

III – qualquer tipo de doação;

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

V – a permuta de materiais, produtos ou serviços pela divulgação do conceito de posicionamento ou exposição de símbolos oficiais ou logomarcas;

VI – o aporte financeiro a projeto de transmissão de evento executado por veículos de comunicação ou divulgação;

VII – a ação compensatória decorrente de obrigação legal do patrocinador;

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

IX – a ação promocional executada pelo próprio patrocinador com o objetivo de divulgar ou promover imagem institucional, símbolos oficiais, logomarca ou produtos e serviços, programas e políticas de atuação junto a públicos de interesse.

Art. 4º. É vedada a concessão de patrocínio por órgão da Administração Pública quando o projeto:

I – for de interesse exclusivo de pessoas jurídicas de direito privado;

II – tiverem relação com entidade político-partidária ou de natureza religiosa;

III – agredir o meio-ambiente, a saúde ou violar as normas de postura do Município;

IV – utilizar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de agente público;

V – se o objeto já tiver sido objeto de repasse de subvenção, auxílio ou contribuição por parte do Município, que ainda estiver em execução.

Art. 5º. São impedidos de apresentar projeto de patrocínio a órgão da Administração Pública pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos cujo Presidente ou membros da Diretoria seja servidor público ou agente político municipal, integrante dos Poderes Executivo e Legislativo, seus cônjuges ou parentes, consanguíneos ou por afinidade, até o 2º (segundo) grau.

CAPÍTULO II

DA CELEBRAÇÃO DO CONTRATO DE PATROCÍNIO

Art. 6º. O patrocínio será formalizado por meio de contrato administrativo, adotando no que couber a legislação de licitações e contratos administrativos.

§ 1º Os contratos de patrocínio serão preferencialmente precedidos de processo seletivo público, a ser realizado de acordo com o planejamento orçamentário e financeiro dos órgãos da Administração Pública e observando os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, probidade administrativa, vinculação ao instrumento convocatório, julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

§ 2º Será considerado inexigível o processo seletivo público de que trata este artigo na hipótese de inviabilidade de competição entre projetos, em razão da natureza singular do objeto patrocinado, o que deverá ser formalmente justificado pela Administração Pública.

§ 3º Para celebração do contrato de patrocínio, o patrocinado deverá apresentar os documentos de habilitação jurídica, fiscal e trabalhista de que tratam os arts. 62, 66 e 68, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

Art. 7º. A realização do processo seletivo público de que trata o § 1º, do art. 6º, desta Lei se dará por meio da publicação de edital de convocação para apresentar o projeto de patrocínio, o qual conterá, no mínimo, as seguintes informações:

I – a programação orçamentária dos patrocínios públicos;

II – os segmentos prioritários para concessão de patrocínio, observadas as ações e políticas públicas;

III – a data, os prazos, as condições, o local e a forma de apresentação das propostas de patrocínio;

IV – a data e critérios de seleção e julgamento das propostas de patrocínio, inclusive no que se refere à metodologia de pontuação e ao peso atribuído a cada um dos critérios estabelecidos, se for o caso;

V – a documentação de habilitação do proponente do projeto de patrocínio;

VI – as condições para interposição de recurso administrativo; e

VII – a minuta do contrato de patrocínio.

§ 1º O edital deverá ser publicado no órgão de imprensa oficial do Município, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias da data da sessão para abertura dos envelopes de propostas de patrocínio.

§ 2º Constituem critérios obrigatórios de julgamento das propostas de patrocínio:

I – o grau de adequação da proposta de patrocínio aos objetivos específicos da atuação do patrocinador;

II – o mérito do projeto de patrocínio e os impactos gerados na imagem institucional, em relação aos símbolos oficiais ou logomarca, bem como a produtos e serviços, programas e políticas de atuação do patrocinador;

III – a identidade de interesse de patrocinador e patrocinado na realização do objeto do patrocínio;

IV – a viabilidade de execução do projeto de patrocínio;

V – a justificativa do preço para o patrocínio, de acordo com valores praticados no mercado e contrapartidas apresentadas ao patrocinador; e

VI – a forma de fiscalização da execução do projeto de patrocínio e procedimentos adotados para avaliação das metas e objetivos.

§ 3º As propostas serão julgadas, justificadamente, por uma comissão de patrocínio previamente designada, por portaria, observando-se os critérios definidos no edital de convocação.

§ 4º O órgão da Administração Pública homologará e divulgará o resultado do julgamento em página do sítio oficial da administração pública na internet e publicará na imprensa oficial do Município.

§ 5º A homologação não gera direito para à celebração do contrato de patrocínio.

Art. 8º. A celebração do contrato de patrocínio dependerá das seguintes providências pelo patrocinador:

I – realização do processo seletivo público ou justificativa formal para a dispensa deste nos termos do § 2º, do art. 6º, desta Lei;

II – no caso de afastamento do chamamento público, emissão de parecer de órgão técnico de comunicação, marketing ou imprensa da administração pública, que deverá pronunciar-se, de forma expressa, acerca dos critérios estabelecidos no § 2º, do art. 7º, desta Lei;

III – indicação expressa da existência de prévia dotação orçamentária para execução do patrocínio;

IV – demonstração de que os objetivos e finalidades institucionais e a capacidade técnica e operacional do patrocinado foram avaliados e são compatíveis com o objeto;

V – aprovação do projeto de patrocínio;

VI – emissão de parecer jurídico do órgão de assessor jurídica da administração pública acerca da possibilidade de concessão do patrocínio.

Art. 9º. O contrato de patrocínio deverá estipular a obrigação de uso de símbolos oficiais ou logomarca do patrocinador, além das contrapartidas assumidas, aplicando-se, quanto às suas cláusulas essenciais, o disposto no art. 92 da Lei nº 14.133, de 2021.

CAPÍTULO III
DA PRESTAÇÃO DE CONTAS DO CONTRATO DE PATROCÍNIO

Art. 10. O patrocinado fica obrigado a prestar constas do patrocínio recebido, mediante comprovação da realização do projeto de patrocínio e do cumprimento das contrapartidas previstas no contrato.

Art. 11. Cabe ao patrocinador avaliar o alcance dos objetivos do patrocínio, bem como os resultados gerados em relação aos símbolos oficiais ou logomarca, bem como a produtos e serviços, programas e políticas de atuação do patrocinador, por meio de critérios objetivos que considerem:

I – os objetivos de comunicação social;

II – a natureza e diversidade das ações previstas;

III – o público-alvo;

IV – as diretrizes e estratégias do patrocinador; e

V – o volume de recursos dispendidos com o patrocínio.

CAPÍTULO IV
DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 12. Esta Lei será regulamentada, no que couber, através de Decreto expedido pelo Chefe do Poder Executivo.

Art. 13. Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

Armação dos Búzios, 18 de maio de 2022.

ALEXANDRE DE OLIVEIRA MARTINS

Prefeito