Câmara

ALTERADO Pela Le 5234 1/3/2018

ALTERADO Pela Le 5235 22/3/18

ALTERADO Pela Le 5441 2/9/19

LEI Nº. 5205 DE 02 DE OUTUBRO DE 2017.

Dispõe sobre a destinação e o recebimento de patrocínio pelo Poder Público a eventos realizados no território do Município.

O POVO DO MUNICÍPIO DE FORMIGA, POR SEUS REPRESENTANTES, APROVA E EU SANCIONO A SEGUINTE LEI:

Art. 1º O patrocínio a eventos de interesse público do Município, como festivais, congressos, feiras, seminários, festas carnavalescas e outros que geram desenvolvimento socioeconômico, será regulado por esta Lei.

§ 1º O Poder Executivo poderá atuar como patrocinador em eventos de interesse público do Município, realizados por terceiros, ou como beneficiário, quando houver interesse de particulares em alocar recursos na realização de eventos públicos.

§ 2º Não serão objeto de patrocínio concedido pelo Poder Público Municipal os seguintes eventos:

I. De interesse exclusivo de pessoas físicas e jurídicas de direito privado com fins lucrativos;
II. Organizados por servidores públicos municipais ou respectivas associações;
III. Relacionados a entidades político-partidárias ou religiosas; e
IV. Que agridam o meio ambiente, a saúde e violem as normas de posturas do Município.

§ 3º O Município não patrocinará iniciativas de pessoas jurídicas que explorem atividade empresarial ligada à organização ou realização de eventos, promoções, atividades publicitárias, editoriais ou similares, cuja finalidade seja a obtenção de lucro.

§ 4º O Município não patrocinará eventos organizados por pessoas jurídicas de direito privado cujo titular, administrador, gerente, acionista, sócio ou associado seja servidor público ou agente político municipal, incluindo-se Vereadores, seus cônjuges ou parentes, consanguíneos ou por afinidade até o segundo grau, inclusive.

Art. 2º Para fins do disposto nesta Lei, considera-se patrocínio toda a transferência gratuita, em caráter definitivo, ao requerente, de recurso para a realização de evento.

§ 1º São formas de patrocínio:

I - O repasse financeiro de valores;
II - A concessão de uso de bens móveis e imóveis; e
III -A contratação de prestação de serviço para o evento;

§ 2º Não são consideradas ações de patrocínio:

I. Doações: cessão gratuita de recursos humanos, materiais, bens e produtos;
II. Permutas ou apoios: troca de materiais, produtos ou serviços por divulgação de conceito e/ou exposição de marca;
III. Projetos de transmissão de eventos esportivos, culturais, informativos ou de entretenimento, comercializados por veículos de comunicação; e
IV. Criação, manutenção e divulgação de sites na internet e de softwares.

Seção II
Da Habilitação das Entidades Privadas ao Patrocínio concedido pelo Município

Art. 3º O Poder Executivo publicará, semestralmente, edital de chamamento público informando o prazo, as condições, os documentos de habilitação e os critérios de julgamento dos projetos a serem apresentados pelas entidades interessadas em obter patrocínio do Município em eventos de interesse público.

Art. 4º As entidades interessadas em obter patrocínio do Município deverão comprovar a sua regularidade jurídica e fiscal, mediante apresentação dos seguintes documentos:

a) certidão do registro e arquivamento dos atos constitutivos da entidade no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas ou Junta Comercial do Estado;
b) ata ou outro documento formal de designação da diretoria em exercício;
c) apresentação do estatuto, regulamento ou compromisso da entidade, devidamente registrados em cartório;
d) cópia autenticada do Registro Geral (RG) e Cadastro de Pessoa Física (CPF) do representante legal da entidade, responsável pela assinatura do contrato de patrocínio;
e) alvará de funcionamento da entidade;
f) no caso de entidade de utilidade pública ou de interesse público, comprovação da qualificação, através de certificado ou declaração de que, na área de sua atuação, é reconhecida por órgão ou entidade federal ou estadual, nos termos da legislação pertinente;
g) prova de regularidade com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal, mediante a apresentação das respectivas certidões;
h) certidão negativa de débito junto ao Instituto Nacional de Seguridade Social;
i) certidão de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço; e,

j) cópia do cartão do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ.
k) declaração de que o evento não tem fins lucrativos;
l) Ofício de solicitação de patrocínio firmado pelo representante legal da entidade; e
m) outros, que a Administração Pública entender necessários em razão dos objetivos do evento.

Parágrafo único: A entidade patrocinada deverá manter durante toda a execução do convênio, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas para celebração do ajuste.

Art. 5º Só serão admitidos os pedidos de patrocínio apresentados pelas pessoas jurídicas que detenham – isolada ou conjuntamente – a responsabilidade legal pela iniciativa do evento.

Art. 6º Os pedidos serão avaliados por uma comissão constituída por 03 (três) agentes públicos designados pelo Prefeito, com base nos seguintes critérios:

I. O objeto do evento não poderá contrariar o disposto no art. 1º desta Lei;
II. A credibilidade e capacidade gerencial do patrocinado em realizar o evento;
III. A contribuição do evento para o desenvolvimento socioeconômico do Município e o impacto social;
IV. Viabilidade técnico financeira do evento; e
V. Resultados previstos com a realização do evento.

§ 1º O titular da Secretaria Municipal de Comunicação integra e coordena a comissão a que se refere este artigo.

§ 2º A designação dos demais membros da comissão efetivar-se-á por meio de Portaria.

§ 3º Compete à comissão:

I. Elaborar e publicar o Edital de Chamamento Público a que se refere o art. 3º desta Lei.
II. Decidir sobre as propostas de patrocínio pautadas para apreciação com base nos critérios estabelecidos no *caput* deste artigo.
III. Definir a periodicidade de suas reuniões ordinárias adequando-as ao calendário de eventos proposto pelo Município.

§ 4º A proposta de patrocínio deverá ser entregue na Secretaria Municipal de Comunicação com a identificação do proponente, devendo apresentar-se em conformidade com as exigências estipuladas no Edital de Chamamento Público que, inclusive, conterá as regras de seu processamento.

Art. 7º Nos eventos patrocinados pelo Município, o Poder Público fará a divulgação dos atos, programas,

obras, serviços e campanhas que entender pertinente, observadas as disposições do art. 37, §1°, da Constituição Federal.

Art. 8° Em sendo aprovada a solicitação de patrocínio pelo Poder Executivo, a entidade beneficiária será convocada a assinar o respectivo contrato de patrocínio.

Art. 9° O repasse dos valores obedecerá ao cronograma de desembolso constante do contrato de patrocínio.

Art. 10. O Poder Executivo designará servidor público para atuar como fiscal na aplicação dos recursos concedidos a título de patrocínio.

Seção III
Da Prestação de Contas dos Patrocínios Públicos

Art. 11. O patrocinado que receber recursos financeiros, a título de patrocínio, do Município para realização de evento está obrigado a prestar contas do valor recebido, no prazo máximo de 30 (trinta) dias contados:

I. Do prazo final para a aplicação de cada parcela, quando o objeto do contrato de patrocínio for executado em etapas, hipótese em que a prestação de contas de etapa anterior é condição necessária para a liberação da etapa seguinte, conforme período e condições determinados no termo de convênio;

II. Do prazo final para conclusão do objeto, quando o contrato de patrocínio for executado em uma única etapa;

III. A formalização da extinção do contrato de patrocínio, se esta ocorrer antes do prazo previsto no termo; e

IV. Da aplicação da última parcela, quando deverá comprovar a conclusão do objeto.

Art. 12. A prestação de contas formará processo administrativo próprio e conterá os seguintes documentos:

I. Ofício ou carta de encaminhamento, dirigido à autoridade máxima do órgão ou entidade municipal, onde constem os dados identificadores do contrato de patrocínio;

II. Cópia do contrato de patrocínio e respectivas alterações;

III. Plano de Trabalho;

IV. Relatório da execução físico-financeira, evidenciando as etapas físicas e os valores correspondentes à conta de cada contratante;

V. Demonstrativo da execução da receita e da despesa do contrato;

VI. Relação de pagamentos, evidenciando o nome do credor, o número e valor do documento fiscal e/ou equivalente, em ordem cronológica e classificados em materiais e serviços, acompanhada das

respectivas notas fiscais e recibos, na via original;

VII. Relação dos bens adquiridos, produzidos ou construídos à conta do contrato de patrocínio, indicando o seu destino final, quando estabelecido no contrato, se houver;

VIII. Extrato da conta bancária vinculada, desde o recebimento do primeiro depósito até o último pagamento, a movimentação dos rendimentos auferidos da aplicação financeira e a respectiva conciliação bancária, se houver;

IX. Demonstrativo do resultado das aplicações financeiras que se adicionarem aos recursos iniciais com os respectivos documentos comprobatórios, se houver;

X. Comprovantes de recolhimento dos saldos não utilizados, inclusive rendimentos financeiros, à conta do erário municipal;

XI. Outros documentos expressamente previstos no termo de contrato de patrocínio;

XII. Todos os patrocinados deverão apresentar para a Secretaria Municipal de Comunicação, os seguintes documentos, objetivando atestar a realização integral do projeto e o cumprimento de todas as contrapartidas estipuladas:

a) clipping de todas as matérias que veicularam o projeto (jornais, revistas, internet, rádio e TV);

b) exemplar de cada peça promocional produzida para o projeto, previamente aprovado pela Secretaria Municipal de Comunicação;

c) exemplar de cada produto gerado (Ex.: livros, CDs, DVDs, etc.);

d) fotos do projeto e/ou da ação impressas. O responsável pelo projeto/ação deverá registrar o seu andamento até a sua conclusão em, no mínimo, 10 (dez) fotografias, com a descrição das imagens; e

e) relatório que conste os objetivos propostos e alcançados (resultado qualitativo), principais metas propostas alcançadas (resultado quantitativo), público previsto e alcançado e perfil do público atingido (quantidade de crianças, adolescentes, adultos).

Seção IV
Do Patrocínio Privado a Eventos Públicos

Art. 13. Os eventos de interesse públicos realizados pelo Município poderão receber patrocínio de pessoas jurídicas de direito privado.

Art. 14. O recebimento, pelo Poder Executivo, de patrocínio de pessoas jurídicas de direito privado, com ou sem fins lucrativos, será mediante a publicação de edital de chamamento público de patrocinadores.

§ 1º O edital conterá, no mínimo, a data de realização do evento, as formas e condições de patrocínio.

§ 2º O edital de chamamento público será publicado com, no mínimo, 60 (sessenta) dias de antecedência à realização do evento público.

§ 3°Aplica-se, no que couber, o disposto no art. 6° desta lei ao Edital de Chamamento Público previsto neste artigo.

Art.15. É permitida a divulgação dos patrocinadores de eventos públicos, por áudio ou mídia impressa, nos espaços disponíveis e previamente definidos pela Secretaria Municipal de Comunicação.

§ 1° Para os patrocínios de valores equivalentes, a divulgação dos apoiadores do evento se dará de igual forma, no mesmo espaço de tempo, se ocorrer por áudio, ou com ocupação de espaço físico de igual tamanho, se for mídia impressa.

§ 2° Poderá haver tratamento diferenciado aos patrocinadores e destinação de espaço para mídia diferenciada, de acordo com o montante de recursos destinado à realização do evento público.

§ 3° A definição e fiscalização da aplicação da marca do Município ficará a cargo da Secretaria Municipal de Comunicação.

Seção V
Das Contrapartidas para o Município

Art. 16. Todos os projetos, incentivados ou não, deverão apresentar as propostas de contrapartidas oferecidas ao Município de Formiga de forma detalhada e com cotas explícitas. De acordo com a especificidade do projeto proposto e com a cota a ser patrocinada, as contrapartidas deverão ser:

I. A ampla divulgação do Município de Formiga com a inserção do logotipo, de forma padronizada, em todas as peças promocionais de divulgação do projeto, peças gráficas (folders, banners, cartazes, etc.), releases de imprensa, peças de comunicação para mídia eletrônica, mídias digitais, sites, CDs, DVDs, dentre outras possibilidades;

II. Veiculação do logotipo em todos os exemplares físicos e digitais;

III. Citação do patrocínio recebido em todas as entrevistas concedidas;

IV. Exibição de vídeo institucional, quando for o caso, a ser fornecido pelo Município de Formiga;

V. Nos projetos em que, na contrapartida, houver cessão de estande, obrigatoriamente, os custos de montagem, desmontagem e ambientação, deverão estar inclusos no valor do patrocínio, com layout e mobiliários personalizados a serem especificados pela Secretaria Municipal de Comunicação. O tamanho da área cedida deverá ser proporcional ao valor do patrocínio e sua utilização será acordada previamente entre as partes;

VI. Disponibilização de convites e/ou credenciais, quando for o caso, em número a ser acordado; e

VII. Todas as despesas atinentes às contrapartidas oferecidas ao Município ficarão a cargo do patrocinado.

Seção VI
Das Disposições Gerais

Art. 17. As especificações para a aplicação dos logotipos deverão ser rigorosamente observadas pelo proponente, não podendo o mesmo utilizá-los sem prévia e expressa autorização, nem sem o devido acompanhamento por parte da patrocinadora. O material deverá ser previamente encaminhado à Secretaria Municipal de Comunicação do Município de Formiga para análise e, somente após a aprovação, será permitida a produção de peças gráficas.

Art. 18. Caso haja contestação de terceiros em relação a qualquer questão e, em especial, propriedade intelectual, o proponente ficará responsável civil e criminalmente, isentando o Município de Formiga de qualquer responsabilidade.

Art. 19. O deferimento ou não dos projetos fica a critério único e exclusivo do Município de Formiga, não cabendo recursos ou reclamações posteriores aos proponentes não atendidos.

Art. 20. Caso seja constatada alguma divergência nas informações bancárias prestadas pelo proponente, o pagamento ficará suspenso, sem que o Município de Formiga incorra em qualquer penalidade ou custo, até que as informações corretas sejam repassadas pelo proponente.

Art. 21. No valor do patrocínio estão incluídos todos os custos diretos e indiretos do proponente, sua administração, imprevistos, encargos fiscais, sociais e previdenciários, sem a estes se limitarem, não sendo devido pelo Município de Formiga nenhum outro valor, sob nenhuma hipótese.

Art. 22. O proponente deverá possuir a autoria ou ser o único titular dos direitos autorais patrimoniais do projeto, responsabilizando-se judicialmente e/ou extrajudicialmente pelas informações prestadas ao Município de Formiga.

Art. 23. Não sendo o titular do direito autoral e ou patrimonial, o proponente obriga-se a obter todas as autorizações e cessões de direitos de terceiros necessárias para a proposição e realização do projeto, bem como a celebração do contrato, comprometendo-se, ainda, a obter a cessão por prazo indeterminado e a título gratuito, quando aplicável, de imagem e expressão oral dos artistas para divulgação em gravações, filmagens, sites, informativos, livros e em todos os meios de publicidade e divulgação que achar necessários.

Art. 24. O uso da marca fica restrito ao projeto patrocinado, não podendo ser utilizada em outras edições. O uso indevido da marca implicará em sanções legais. O patrocínio contratado não obriga o Município a patrocinar edições futuras do mesmo projeto ou proponente, bem como novas tiragens de produtos.

Art. 25. As despesas com a execução desta lei correrão à conta de dotações próprias constantes da Lei Orçamentária Municipal.

Art. 26. O Poder Executivo poderá regulamentar esta Lei, no que couber.

Art. 27. Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

Formiga, 02 de outubro de 2017.

EUGÊNIO VILELA JÚNIOR
Prefeito Municipal

THIAGO LEÃO PINHEIRO
Chefe de Gabinete