LEI MUNICIPAL 3.026, DE 31 DE JULHO DE 2023

DISPÕE SOBRE A CONCESSÃO E O RECEBIMENTO DE PATROCÍNIO PELO PODER PÚBLICO E AS AÇÕES DE FOMENTO CULTURAL NO ÂMBITO DO MUNICÍPIO DE NOVA LIMA.

O POVO DO MUNICÍPIO DE NOVA LIMA, ESTADO DE MINAS GERAIS, por seus representantes na Câmara Municipal APROVOU e eu, PREFEITO MUNICIPAL em seu nome, SANCIONO a seguinte lei:

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Esta lei regulamenta o patrocínio, na hipótese de concessão ou de recebimento, bem como o instrumento de fomento cultural, pelo Município de Nova Lima.

Art. 2º Para efeitos desta lei, considera-se:

I – Patrocínio: ação de comunicação por meio da qual o patrocinador adquire o direito de associação de sua imagem, seu produto e/ou seus serviços a eventos ou atividades de iniciativa de terceiros, mediante a celebração de contrato ou instrumento jurídico congênere;

II – Objetivo do patrocínio: gerar identificação e reconhecimento do patrocinador por meio da iniciativa patrocinada; ampliar relacionamento com públicos de interesse; divulgar símbolos e lemas oficiais, programas e políticas de atuação marcas, produtos, serviços, posicionamentos; ampliar vendas; e agregar valor à marca do patrocinador;

III – Objeto do patrocínio: formas de divulgação utilizadas para atingir os objetivos do patrocínio;

IV – Patrocinador: Poder Executivo Municipal ou terceiro que, no exercício de suas competências, funções ou atividades, justificadamente, constatar a conveniência e a oportunidade de patrocinar iniciativa de terceiro;

V – Patrocinado: Poder Executivo Municipal ou terceiro que mediante contrato de patrocínio execute o objeto do patrocínio;

CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA
Gabinete da Presidência
Ass:
CORRESPONDÊNCIA RECEBIDA
Em 01 / 08 / 2023
15:37

VI – Proposta de Patrocínio: documento que apresenta as características, valores, justificativas e a metodologia de execução do patrocínio e informa outras singularidades da ação proposta ao patrocinador;

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

a) de imagem: divulgação, inserção e/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.

VIII – Contrato de Patrocínio: instrumento jurídico para a formalização do patrocínio, em que patrocinador e patrocinado estabelecem seus direitos e obrigações;

IX – Chamamento Público: o procedimento de seleção para a concessão ou recebimento de patrocínios, pela Administração Pública;

X – Prestação de Contas: o procedimento de análise de ganhos objetivos e subjetivos advindos do contrato de patrocínio;

XI – Comissão de Patrocínios: comissão, que poderá ser permanente ou especial, que poderá ser geral para todo o Poder Executivo, ou por órgão, e designada pelo Prefeito Municipal, composta, por no mínimo, 03 (três) servidores, que avaliará as propostas de concessão e recebimento de patrocínio.

XII – Fomento: as ações padronizadas de promoção de lazer, cultura e sociabilidade dos cidadãos, mediante apoio a eventos e ações de caráter cultural.

§ 1º O patrocínio concedido ou recebido poderá se dar na forma de disponibilização ou oferta de recursos financeiros, bens e/ou serviços, sempre previamente quotizados.

§ 2º O patrocínio recebido poderá se dar na forma de disponibilização ou oferta bens e/ou serviços.

§ 3º As contrapartidas previstas no inciso VII deste artigo visam a uma melhor negociação dos projetos de patrocínio, por meio da rentabilização ou retribuição dos investimentos feitos.

Art. 3º É vedado conceder ou receber patrocínio bem como apoiar, mediante fomento cultural, nas seguintes hipóteses:

I – vinculados a evento ou finalidade de caráter político-partidária ou de promoção pessoal de agentes públicos, inclusive candidatos a cargos políticos;

II – que envolvam a cessão de servidores públicos;

III – em que a Administração Pública seja a patrocinadora exclusiva, na hipótese de concessão;

IV – em atos de fomento a cultos ou religiões;

Parágrafo único. Admite-se o fomento cultural ou patrocínio, pela Administração Pública, ainda que caráter de fomentador ou patrocinador exclusivo, quando o projeto, evento, causa ou finalidade específica se enquadre em uma das seguintes hipóteses, devidamente justificadas pela secretaria patrocinadora:

I – em ações realizadas por associações de bairro;

II – em ações não comerciais, nas quais não haja venda de ingressos;

III – em ações ou eventos reconhecidos no calendário municipal de eventos.

Art. 4º Serão indeferidos pedidos de projeto de patrocínio:

I – apresentados por servidores ou agentes públicos municipais;

II – apresentados por pessoas jurídicas que explorem, como atividade econômica principal, a organização e/ou realização de eventos, promoções, atividades publicitárias, editoriais ou similares;

III – apresentados por pessoa jurídica de direito privado cujo titular, administrador, gerente, acionista, conselheiro, sócio ou associado seja Prefeito, Vice-Prefeito, Secretário Municipal, Vereador, servidor público municipal, ou respectivos cônjuges, parentes consanguíneos ou por afinidade até o segundo grau.

Art. 5º A concessão ou recebimento de patrocínios será formalizada em processo administrativo próprio, devendo ser submetido a análise do órgão de assessoramento jurídico antes da assinatura do contrato de patrocínio.

Art. 6º Não são considerados patrocínio para fins desta Lei:

I – a cessão gratuita de recursos humanos, materiais, bens, produtos e serviços;

II – qualquer tipo de doação;

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

IV – a permuta de materiais, produtos ou serviços pela divulgação de conceito de posicionamento e/ou exposição de marca;

V – o aporte financeiro a projeto cuja contrapartida seja o recebimento de tempo e/ou espaço de mídia em veículo de divulgação para uso exclusivo do patrocinador, sem associação com o projeto patrocinado;

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

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

VIII – a simples ocupação de espaço e/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 produtos, serviços, marcas, conceitos ou políticas públicas junto a públicos de interesse.

Art. 7º O patrocínio será formalizado por meio de contrato administrativo, em conformidade com esta lei e demais normas regentes do assunto.

§ 1º Os contratos de patrocínio poderão ser 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.

Art. 8º A realização do processo seletivo público de que trata o § 1º do art. 7º desta Lei realizar-se-á por meio da publicação de edital de convocação dos interessados, que conterá, no mínimo, as seguintes informações:

I – a programação orçamentária dos patrocínios públicos;

II – os segmentos prioritários para concessão patrocínios, de acordo com as ações e políticas públicas locais;

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

IV – as datas e os 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;

VII – a minuta do contrato de patrocínio.

§ 1º O edital deverá ser amplamente divulgado em página do sítio oficial da Administração Pública na internet, com antecedência mínima de 15 (quinze) 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 que se pretende sejam gerados na imagem institucional, em relação aos símbolos oficiais e/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;

VI – a descrição de quais serão os meios disponíveis a serem utilizados para a fiscalização da execução do patrocínio, assim como dos procedimentos que deverão ser adotados para avaliação do cumprimento das metas e objetivos;

§ 3º As propostas serão julgadas, justificadamente, pela Comissão Municipal de Patrocínio, observando-se os critérios previstos nesta lei e definidos no edital de convocação dos interessados.

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

§ 5º A homologação não gera, por si só, a obrigação de celebração do contrato de patrocínio.

CAPÍTULO II
DA CONCESSÃO DE PATROCÍNIOS

Art. 9º Fica o Poder Executivo Municipal autorizado a conceder patrocínios para as seguintes finalidades:

I – realização de eventos de interesse público, organizado por terceiros, como feiras, exposições, festivais, congressos, seminários, campeonatos esportivos, encontros culturais e esportivos, cavalgadas e campanhas institucionais;

II – desenvolvimento de grupos culturais vinculados às instituições estabelecidas no Município de Nova Lima, que participem com atuação destacada em

eventos/competições oficiais reconhecidas ou promovidas por entidades legalmente constituídas, ainda que não na circunscrição municipal;

III – desenvolvimento de atletas ou equipes esportivas, que residam ou estejam sediados no Município de Nova Lima, e participem, com resultados satisfatórios, de competições oficiais reconhecidas por Federação ou Confederação legalmente constituídas, ainda que não na circunscrição municipal.

Parágrafo único. Não se considera contratação pública, para efeitos de licitação, a concessão de patrocínio, representando, para todos os efeitos, como a adesão a projeto, evento, causa ou finalidade já existente, de responsabilidade do particular.

Art. 10. O processo de concessão de patrocínio seguirá o seguinte fluxo:

I – instauração de ofício, pela Secretaria Municipal demandante mediante portaria, ou a requerimento do particular;

II – o processo deverá conter, no mínimo:

a) justificativa emitida pelo ordenador da despesa, contemplando os motivos, os ganhos esperados com a concessão do patrocínio e o respectivo valor a ser despendido pelo Município;

b) a declaração orçamentária a que alude o art. 16 da Lei Complementar 101/2000 – Lei de Responsabilidade Fiscal, contendo a dotação orçamentária utilizada para a concessão do patrocínio;

c) a certificação, pelo particular, que o Município não é o patrocinador único ou exclusivo do projeto, evento, causa ou finalidade específica a ser patrocinada;

d) a certificação, pelo particular, que a quota oferecida ao Município é considerada padronizada e poderá ser adquirida, por qualquer outro patrocinador, pelas mesmas condições e preço;

e) a certificação, pelo particular, que não emprega menores dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, nos termos da Constituição da República;

f) a certificação, pelo particular, de ciência dos termos da presente lei e da obrigatoriedade de prestar contas dos recursos recebidos, sob pena de inscrição do valor do patrocínio em dívida ativa do município, com solidariedade dos sócios, administradores e dirigentes da pessoa jurídica;

g) as contrapartidas, pelo particular, em oferta de recursos, bens e/ou serviços.

§ 1º As certificações de que trata este artigo serão emitidas em documentos separados, uma para cada finalidade.

§ 2º O processo, quando aberto a requerimento do particular, será instruído com toda a documentação que seja de sua responsabilidade, sendo a documentação a cargo da Secretaria patrocinadora instruída em sequência.

§ 3º Do contrato de concessão de patrocínio constará, obrigatoriamente, a necessidade de prestação de contas, pelo particular, bem como as contrapartidas que oferecerá, o prazo e o modo de sua execução.

Art. 11. A Administração Pública poderá adotar procedimentos de oferta ou fomento de patrocínios para ações, programas e causas de interesse público, previamente quotizadas, através de processo de chamamento público.

Parágrafo único. O processo de chamamento público conterá critérios objetivos para seleção das propostas para recebimento de patrocínios, devidamente estabelecidos em seu edital.

Art. 12. Nenhum patrocínio será concedido pelo Município sem prévia autorização da Secretaria Municipal de Governo.

§ 1º Instruído o processo pela área competente, ele será remetido para a Secretaria Municipal de Governo.

§ 2º Aprovado o patrocínio pela Secretaria Municipal de Governo, os autos serão encaminhados à Procuradoria-Geral do Município para parecer.

§ 3º Não se exigirá prévia autorização a que alude o presente artigo para as ações de fomento cultural, previamente padronizadas pela Secretaria Municipal de Cultura, na forma desta lei.

Art. 13. O Poder Executivo poderá publicar editais para recebimento de propostas de patrocínio, que deverão conter no mínimo:

I – período para apresentação das propostas;

II – prazo para análise da proposta;

III – critérios para a aprovação das propostas conforme Plano Anual de Patrocínio;

IV – valores destinados à concessão de patrocínios.

V – documentação necessária para habilitação de pessoas físicas e jurídicas conforme arts. 15 e 17 da presente Lei;

VI – modelo da Proposta de Patrocínio.

Seção I
Da Habilitação ao Patrocínio – Pessoa Jurídica

Art. 14. As pessoas jurídicas interessadas em obter patrocínio do Município deverão apresentar, no mínimo, os seguintes documentos junto ao Protocolo Geral do Poder Executivo:

I – proposta de Patrocínio;

II – certidão do registro e arquivamento dos atos constitutivos da instituição no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas ou Junta Comercial do Estado;

III – ata ou outro documento formal de designação da diretoria em exercício;

IV – apresentação do estatuto, regulamento ou compromisso da instituição, devidamente registrados em cartório;

V – cópia do Registro Geral (RG) e Cadastro de Pessoa Física (CPF) do representante legal da instituição, responsável pela assinatura do contrato de patrocínio;

VI – alvará de funcionamento da instituição;

VII – prova de regularidade fiscal com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal, mediante a apresentação das respectivas certidões;

VIII – certidão negativa de débito junto ao Instituto Nacional de Seguridade Social;

IX – certidão de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço;

X – certidão de regularidade trabalhista;

XI – cópia do cartão do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;

XII – declaração de que o evento não tem fins lucrativos;

XIII – regulamento do evento, quando for o caso;

XIV – regulamento da competição esportiva, quando for o caso;

XV – regulamento das atividades culturais, quando for o caso;

XVI – relatório de desempenho e resultados obtidos na área de atuação em que pretende obter patrocínio;

XVII – outros, que a Administração Pública entender necessários.

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

Art. 15. Somente a pessoa jurídica que detêm a responsabilidade legal pela iniciativa e realização do evento poderá apresentar a proposta de patrocínio.

Seção II
Da Habilitação ao Patrocínio – Pessoa Física

Art. 16. As pessoas físicas interessadas em obter patrocínio do Município deverão apresentar no mínimo os seguintes documentos junto ao Protocolo Geral do Poder Executivo:

I – proposta de Patrocínio;

II – comprovante de inscrição e recolhimento da taxa inerente a competição e/ou evento, quando for o caso;

III – documento que ateste que a competição e/ou evento é reconhecida por Federação ou Confederação, quando for o caso;

IV – documentação de Identificação;

V – Cadastro de Pessoa Física;

VI – comprovante de residência;

VII – prova de regularidade fiscal com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal, mediante a apresentação das respectivas certidões;

VIII – certidão de regularidade junto à Justiça Eleitoral;

IX – currículo pessoal específico da área de atuação em que pretende obter patrocínio;

X – cronograma das atividades a serem desempenhadas no ano posterior, quando for o caso;

XI – outros, que a Administração Pública entender necessários.

§ 1º Quando a pessoa física interessada em obter patrocínio for menor de 18 anos, deverá apresentar documentação pessoal em nome de seu representante legal, bem como certidão de nascimento, casamento, adoção ou decisão judicial, se for o caso.

§ 2º A pessoa física patrocinada deverá manter durante toda a execução do contrato de patrocínio, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas para celebração do ajuste.

Seção III
Da Avaliação da Proposta de Patrocínio

Art. 17. As propostas de concessão de patrocínio de pessoas físicas e jurídicas serão avaliadas com base nos seguintes critérios, de acordo com a finalidade:

I – o objeto do patrocínio deverá observar o disposto nesta Lei;

II – a credibilidade e capacidade do proponente em realizar a proposta de patrocínio;

III – a contribuição da proposta de patrocínio para a realização do objetivo do patrocínio;

IV – valor da proposta;

V – resultados previstos com a realização da proposta;

VI – repercussão geográfica e populacional da ação de comunicação da proposta;

VII – expectativa de contribuição da ação de comunicação.

Art. 18. Poderão ser solicitados ajustes na proposta apresentada, bem como a complementação de documentos.

Art. 19. Após a análise e avaliação dos documentos apresentados, o ordenador da despesa ou a Comissão de Patrocínio emitirá parecer quanto à viabilidade da proposta e encaminhará os autos a Secretaria Municipal de Governo para aprovação.

Parágrafo único. Aprovado o patrocínio pela Secretaria Municipal de Governo, os autos serão encaminhados à Procuradoria-Geral do Município para parecer.

Art. 20. Havendo conveniência e oportunidade, a Administração Municipal aprovará a celebração do Contrato de Patrocínio.

CAPÍTULO III
DO RECEBIMENTO DE PATROCÍNIO

Seção I
Da Habilitação dos Patrocinadores

Art. 21. Fica o Poder Executivo autorizado a receber patrocínio quando este entender ser conveniente e houver interesse de terceiros em alocar recursos na realização de eventos públicos.

Art. 22. O recebimento de qualquer patrocínio, pelo Município, será precedido do processo de chamamento público.

Art. 23. O processo de chamamento público seguirá o seguinte fluxo:

I – a Secretaria Municipal demandante deverá instaurar o devido processo administrativo, que conterá no mínimo:

a) autorização para abertura do procedimento, exarada pelo Secretário requisitante, constando a motivação do ato e a justificativa do interesse público;

b) termo de referência ou projeto básico, contendo as especificações necessárias;

II – a Comissão de Patrocínios deverá elaborará o edital de chamamento público.

Art. 24. O edital do chamamento público especificará, no mínimo;

I – o objeto, que deverá indicar o projeto, o evento, a causa ou a finalidade específica, promovida pelo Município a ser patrocinada pelo setor privado;

II – as datas, os prazos, as condições, o local e a forma de apresentação das propostas;

III – as condições de participação;

IV – os critérios de seleção das propostas;

V – as cotas de patrocínio disponíveis;

VI – as datas e os prazos para esclarecimentos e impugnações ao edital, bem como as condições para interposição de recurso administrativo;

VII – a minuta do instrumento por meio do qual será celebrado o patrocínio;

VIII – as contrapartidas oferecidas pelo Município, nos termos do art. 26, desta lei.

Art. 25. O edital deverá ser publicado do sítio oficial da Administração Pública na internet, com antecedência mínima de 15 (quinze) dias corridos.

Art. 26. As contrapartidas oferecidas pelo Município poderão consistir:

I – oferecimento de espaços para publicidade de marcas ou projetos, em formas, modelos, formatos e prazos previamente definidos pela Secretaria Municipal de Comunicação, durante a realização do projeto, evento, causa ou finalidade específica, promovida pelo Município, inclusive em materiais gráficos ou anúncios, em qualquer meio de comunicação;

II – mediante a inserção publicitária de marcas ou projetos, em formas, modelos, formatos, prazos e espaços previamente definidos pela Secretaria Municipal de Comunicação, em engenhos de publicidade, materiais gráficos ou outros anúncios presentes em campos ou estádios municipais, praças, ruas e demais espaços públicos, em qualquer meio de comunicação, vedadas as inserções publicitárias em unidades de ensino, equipamentos mantidos pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social e unidades de saúde;

III – mediante a inserção publicitária de marcas ou projetos, em formas, modelos, formatos, prazos e espaços previamente definidos pelo Município, em uniformes, bonés, outros vestuários ou equipamentos de atletas e seleções municipais.

IV – mediante a inserção publicitária de marcas ou projetos, em formas, modelos, formatos, prazos e espaços previamente definidos pelo Município, em uniformes, bonés, outros vestuários, equipamentos e barracas, nos projetos de feiras e eventos realizados pelo Município;

V – mediante a inserção publicitária de marcas ou projetos, em formas, modelos, formatos, prazos e espaços previamente definidos pelo Município, em brindes a serem fornecidos aos servidores públicos;

VI – outras ações conjuntas de natureza publicitária ou institucional, de interesse do particular patrocinador, previamente definidos pela secretaria patrocinada.

§ 1º Os anúncios, em quaisquer meios de comunicação, observarão, além das vedações contidas nesta lei, as normas e regulamentos do Conselho Nacional de Autoregulamentação Publicitária – CONAR.

§ 2º O conteúdo dos anúncios ou inserções publicitárias ou de caráter institucional do particular patrocinador são de sua exclusiva responsabilidade, não se responsabilizando, o Município, por nenhum prejuízo ou dano advindo da veracidade, confiabilidade, registro ou procedência das informações ou produtos divulgados.

§ 3º Poderá haver tratamento diferenciado aos patrocinadores e destinação de espaço para mídia diferenciada, de acordo com o montante de recursos destinado ao patrocínio.

§ 4º Para os patrocínios de valores equivalentes, a divulgação dos patrocinadores será de igual forma.

Seção II
Da Avaliação da Proposta de Patrocínio

Art. 27. As propostas para recebimento de patrocínio serão avaliadas pela Comissão de Patrocínios, com base nos seguintes critérios:

I – atendimento aos requisitos previstos no Edital;

II – valor do patrocínio.

Art. 28. A Comissão de Patrocínios poderá solicitar ajustes na proposta apresentada, bem como a complementação de documentos.

Art. 29. Após a análise e avaliação dos documentos apresentados, a Comissão emitirá parecer quanto à viabilidade da proposta e encaminhará à Secretaria Municipal de Governo que apreciará a proposta de patrocínio e o parecer.

Parágrafo único. Aprovado o patrocínio pela Secretaria Municipal de Governo, os autos serão encaminhados à Procuradoria-Geral do Município para parecer.

Art. 30. Havendo conveniência e oportunidade, a Administração Municipal aprovará a celebração do Contrato de Patrocínio.

Art. 31. Nenhum patrocínio será recebido pelo Município sem prévia autorização da Secretaria Municipal de Governo.

Art. 32. A Administração Pública homologará e divulgará o resultado do julgamento em página do sítio oficial.

CAPÍTULO IV
DA FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO DE PATROCÍNIO

Art. 33. Após a aprovação pela Administração Municipal, o interessado será convocado e deverá comparecer para a assinatura do Contrato de Patrocínio, no prazo de 10 (dez) dias corridos, podendo este prazo ser prorrogado a critério da Administração e após pedido do interessado.

Art. 34. O Contrato de Patrocínio deverá conter no mínimo as seguintes cláusulas:

I – o objeto e seus elementos característicos;

II – a forma de execução;

III – o valor e as condições de pagamento;

IV – os prazos de execução;

V – as contrapartidas;

VI – o crédito pelo qual correrá a despesa, com a indicação da classificação funcional programática e da categoria econômica;

VII – os direitos e as responsabilidades das partes, as penalidades cabíveis e os valores das multas;

VIII – os casos de rescisão;

IX – indicação de fiscal do Contrato;

X – a vinculação ao edital;

XI – a legislação aplicável à execução do contrato e especialmente aos casos omissos;

XII – a obrigação do contratado de manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;

XIII – a forma e os prazos para prestação de contas.

Parágrafo único. A proposta de patrocínio aprovada pela Administração Municipal deverá ser parte integrante do Contrato de Patrocínio.

Art. 35. Do contrato de recebimento de patrocínio constarão, obrigatoriamente, as contrapartidas, o prazo e o modo de sua execução.

Seção I
Da Fiscalização do Contrato de Patrocínio

Art. 36. A Administração Municipal nomeará um gestor e/ou fiscal para acompanhar e fiscalizar o adequado cumprimento das cláusulas do contrato de patrocínio.

Art. 37. As ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas, porventura observadas, deverão ser registradas, cabendo ao gestor e/ou fiscal a adoção de providências para o fiel cumprimento das cláusulas contratuais.

Art. 38. As situações de inexecução parcial ou total do contrato serão objeto de medidas saneadoras ou de sanções, preestabelecidas no contrato.

Art. 39. O patrocinador e o patrocinado responderão pela execução do contrato de patrocínio, de acordo com as respectivas responsabilidades firmadas no contrato.

CAPÍTULO V
DAS AÇÕES DE FOMENTO CULTURAL E DE LAZER

Art. 40. Os projetos e ações culturais e de lazer e serem beneficiados por esta Lei devem ser de natureza artística, de promoção ao lazer e a cultura e promoverão, no âmbito do município, o desenvolvimento cultural e artístico, do bem-estar e o exercício dos direitos culturais e o fortalecimento da economia da cultura.

Art. 41. Para alcance dos seus objetivos, esta Lei apoiará, por meio de seus mecanismos e desde que presentes a dimensão cultural e o predominante interesse público, as seguintes ações:

I – produção e difusão de obras de caráter artístico e cultural;

II – realização e/ou apoio de projetos, tais como exposições, festivais, feiras, festejos, ações populares, de associações de bairro e espetáculos;

III – outras ações estabelecidas no Plano Municipal de Cultura.

Art. 42. Os proponentes ao fomento, pessoa física ou jurídica poderão apresentar seus projetos através de requerimento dirigido para a respectiva Secretaria Municipal, no prazo mínimo de 15 (quinze) dias anteriores à data de realização.

§ 1º Para aprovação dos projetos, os proponentes deverão apresentar os documentos elencados no *check-list*, a ser elaborado por Portaria da Secretaria Municipal de Cultura.

§ 2º Para aprovação dos projetos de fomento ao lazer, os proponentes deverão apresentar os documentos elencados no *check-list*, a ser elaborado por Portaria da Secretaria Municipal de Esporte e Lazer.

Art. 43. O fomento cultural se realizará mediante fornecimento de bens e/ou serviços, pela Secretaria Municipal de Cultura, tais como contratação de artistas, palcos, equipamentos de sonorização, tendas, banheiros químicos, barracas e quaisquer outros elementos necessários para a efetivação do projeto fomentado.

Art. 44. O fomento de lazer se realizará mediante fornecimento de bens e/ou serviços, pela Secretaria Municipal de Esporte e Lazer, tais como contratação de "ruas do lazer", oficinas esportivas, monitores diversos e quaisquer outros elementos necessários para a efetivação do projeto fomentado.

CAPÍTULO VI
DA PRESTAÇÃO DE CONTAS

Art. 45. Todo processo de patrocínio concedido será sucedido do processo de prestação de contas a que alude o presente capítulo.

Parágrafo único. É dispensado o processo de prestação de contas previsto neste capítulo para as ações de fomento cultural padronizadas pela Secretaria Municipal de Cultura, sem prejuízo do regular processo de liquidação das despesas contratadas.

Art. 46. O processo de prestação de contas se norteará pelos seguintes princípios:

I – forma escrita;

II – objetividade;

III – simplicidade;

IV – ausência de formalidade contábil.

Art. 47. A prestação de contas a que alude a presente lei tem natureza meramente registral, não se exigindo do patrocinado, necessariamente, a comprovação ou escrituração contábil dos atos desenvolvidos com o recurso público.

§ 1º A restituição de recurso público ocorrerá exclusivamente na ausência de prestação de contas pelo patrocinado.

§ 2º A Secretaria patrocinadora, mediante ciência prévia do patrocinado, a ser externada antes da concessão do patrocínio, em razão do vulto do valor do recurso público empregado ou da complexidade das políticas públicas ao seu encargo, poderá exigir do patrocinado, comprovação contábil da utilização dos recursos.

Art. 48. O prazo para prestação de contas é de 120 (cento e vinte) dias corridos, a contar da realização do projeto, evento, causa ou finalidade específica patrocinada.

§ 1º Tratando-se de projeto, evento, causa ou finalidade de natureza continuada ou sem data previamente designada, o prazo de prestação de contas será de 120 (cento e vinte) dias, a contar do recebimento do patrocínio.

§ 2º Quando as contrapartidas oferecidas ao Município forem programadas para prazo superior ao previsto no caput, o prazo para prestação de contas será adiado para 30 (trinta) dias após a realização da última contrapartida.

Art. 49. A prestação de contas será instruída no mesmo processo em que tramitou o patrocínio, sendo competente para a sua homologação o próprio ordenador da despesa.

Art. 50. O patrocinado encaminhará a secretaria patrocinadora relatório das ações desenvolvidas, evidenciando com registros fotográficos, documentos, jornais, documentos e tudo mais o que for útil à sua comprovação.

Art. 51. A Secretaria patrocinadora, de posse do relatório emitido pelo particular, decidirá:

I – por baixar em diligência, se entender insuficiente ou omissa alguma informação, assinando prazo ao patrocinado para correção;

II – pela sua rejeição, quando caracterizado que o recurso foi utilizado para finalidade diversa ao do patrocínio ou que as contrapartidas não foram executadas a contento;

III – pela sua aprovação, quando ficar demonstrada, de forma clara e objetiva, a correição do uso do recurso com a finalidade patrocinada;

IV – pela sua aprovação com ressalvas, quando ficar caracterizada impropriedade ou qualquer outra falta de natureza formal, da qual não resulte desvio da finalidade patrocinada;

Art. 52. O ato de homologação certificará o alcance, ou não, dos ganhos inicialmente esperados, de natureza objetiva ou subjetiva, correlacionando-os com as políticas públicas a cargo da Secretaria patrocinadora.

Parágrafo único. Não se presume prejuízo ao erário o não alcance dos ganhos inicialmente esperados no contrato de patrocínio, considerando que natureza do ato não ostenta característica de performance ou fornecimento de bem ou serviço em prol da administração pública.

Art. 53. A omissão no dever de prestação de contas sujeita ao patrocinado a inscrição do seu nome, dos seus sócios, administradores ou dirigentes na dívida ativa do município.

CAPÍTULO VII
DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 54. As marcas, símbolos, ações, vídeos, imagens, engenhos ou intercessões de publicidade advindas do patrocínio concedido ou recebido serão previamente aprovadas pelo Município.

Art. 55. A utilização de recursos públicos de fundos municipais para a concessão de patrocínios depende da prévia aprovação dos respectivos conselhos gestores, observada a pertinência temática com aquele respectivo fundo.

Art. 56. Ficam ratificados os patrocínios concedidos sob a égide do Decreto Municipal 9.207/2019.

Art. 57. As despesas oriundas do implemento desta lei correrão por conta de dotações orçamentárias próprias, já consignadas no orçamento para esta finalidade.

Parágrafo único. Fica autorizado, se necessário, a abertura de crédito especial, considerando os recursos disponíveis, conforme art. 43, § 1º da Lei Federal nº 4.320/64.

Art. 58. Fica o Poder Executivo autorizado a alterar o Plano Plurianual/PPA 2022-2025, Lei nº 2.894, de 18 de janeiro de 2022, para inclusão do crédito especial autorizado nesta lei.

Art. 59. Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

Nova Lima, 31 de julho de 2023.

JOÃO MARCELO DIEGUEZ PEREIRA
PREFEITO MUNICIPAL