

dele;

Considerando os princípios do planejamento da ação governamental, do equilíbrio fiscal e da transparência das contas públicas; e

Considerando a necessidade de conferir celeridade aos procedimentos administrativos cujo objeto seja a celebração de contratos, convênios e demais ajustes e seus respectivos termos aditivos,

DECRETA:

Art. 1º O art. 1º do Decreto Estadual nº 33.679, de 2 de junho de 2014, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 1º Os processos administrativos que versem sobre a celebração ou prorrogação de contratos, convênios ou ajustes cujos objetos importem em obrigação de despesa para a Administração Direta, incluindo suas Autarquias e Fundações Públicas, após submetidos ao controle de legalidade pela Procuradoria Geral do Estado, serão obrigatoriamente encaminhados à Secretaria de Estado da Fazenda – SEFAZ para estudo da disponibilidade financeira de que trata o art. 42 da Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000, sob pena de nulidade.

§ 1º O disposto no caput deste artigo não se aplica aos seguintes casos:

I – contratos de natureza continuada, assim reconhecidos pela Procuradoria Geral do Estado;

II – contratos, convênios ou ajustes cuja despesa seja integralmente realizada no exercício financeiro de 2014; e

III – obrigações de despesas cuja contratação tenha por fundamento jurídico os incisos I e II, do art. 24 da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

§ 2º O processo administrativo cujo objeto se enquadre numa das exceções previstas no § 1º deste artigo, deverá conter o atesto do gestor do respectivo órgão ou entidade quanto à disponibilidade financeira para seu integral cumprimento até o final do atual exercício financeiro.” (NR)

Art. 2º O § 3º, do art. 7º, do Anexo I do Decreto Estadual nº 1.424, de 22 de agosto de 2003, passa a vigorar com a seguinte redação:

“§ 3º A homologação do resultado e celebração do contrato caberá ao Chefe do Poder Executivo Estadual, salvo os contratos com valor até R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais), cujos atos poderão ser praticados pelos respectivos Secretários de Estado, Dirigentes de Unidades Orçamentárias e Diretores-Presidentes.” (NR)

Art. 3º O disposto no § 3º, do art. 7º, do Anexo I do Decreto Estadual nº 1.424, de 22 de agosto de 2003, aplicar-se-á, também, às licitações nas modalidades de Convite e às decorrentes de Dispensa, Inexigibilidade e de Adesão a Atas de Registro de Preços.

Art. 4º Ficam os Titulares dos órgãos da Administração Pública Direta e Indireta do Poder Executivo Estadual autorizados a celebrar termos aditivos a contratos, convênios e outros ajustes, nas hipóteses em que não haja dúvida jurídica a ser dirimida, e que tratem exclusivamente de prorrogação de prazo.

Parágrafo único. É de inteira responsabilidade dos Titulares dos Órgãos e Entidades de que trata o caput deste artigo, em cada caso, a observância dos prazos contratuais e demais requisitos tratados na Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, além de outras determinações legais aplicáveis à espécie.

Art. 5º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

PALÁCIO REPÚBLICA DOS PALMARES, em Maceió, 18 de junho de 2014, 198º da Emancipação Política e 126º da República.

TEOTONIO VILELA FILHO
Governador

DECRETO Nº 33.861, DE 18 DE JUNHO DE 2014.

DISPÕE SOBRE A SUSPENSÃO DA PUBLICIDADE DOS ÓRGÃOS E ENTIDADES DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL NO PERÍODO ELEITORAL, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE ALAGOAS, no uso das atribuições que lhe confere o inciso IV do art. 107 da Constituição Estadual, e tendo em vista o que consta do Processo Administrativo nº 1204-3231/2014,

Considerando o disposto no art. 73, inciso VI, alínea b, da Lei Federal nº 9.504, de 30 de setembro de 1997;

Considerando a disciplina da publicidade de utilidade pública e institucional prevista, respectivamente, nos arts. 37, § 1º da Constituição Federal, 3º, inciso V, alíneas a e b, do Decreto Federal nº 6.555, de 8 de setembro de 2008 e 2º da Instrução Normativa SECOM-PR nº 2, de 16 de dezembro de 2009; e

Considerando, ainda, o que dispõe a Instrução Normativa SECOM-PR nº 5, de 6 de junho de 2011,

DECRETA:

CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º A suspensão da publicidade dos órgãos e entidades no período eleitoral obedecerá ao disposto neste Decreto.

Art. 2º Para os fins deste Decreto, a publicidade sob controle da legislação eleitoral compreende:

I – a publicidade institucional;

II – a publicidade de utilidade pública; e

III – a publicidade de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado.

Art. 3º Não se incluem no âmbito da publicidade sob controle da legislação eleitoral as ações:

I – de publicidade legal; e

II – de publicidade mercadológica.

Art. 4º Para os efeitos deste Decreto, consideram-se:

I – período eleitoral: aquele que tem início em 5 de julho e término em 5 de outubro de 2014, e poderá estender-se até 26 de outubro de 2014, se houver segundo turno nas eleições estaduais;

II – publicidade de utilidade pública: a que se destina a divulgar direitos, produtos e serviços colocados à disposição dos cidadãos, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios individuais ou coletivos e que melhorem a sua qualidade de vida;

III – publicidade institucional: a que se destina a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo Estadual, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover Alagoas no país e no exterior;

IV – publicidade legal: a que se destina a dar conhecimento de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo Estadual, com o objetivo de atender a prescrições legais;

V – publicidade mercadológica: a que se destina a lançar, modificar, reposicionar ou promover produtos e serviços de órgãos e entidades que atuem em relação de concorrência no mercado;

VI – peças e material de publicidade: cada elemento de uma campanha publicitária ou ação isolada, sob as formas gráfica, sonora ou audiovisual;