Presidência da República
Núcleo de Assuntos Estratégicos

Carta nº 019/2006-NAE/PR

Brasília, 16 de março de 2006.

A Sua Senhoria o Senhor
WANDERLEY RABELO DA SILVA
Secretário da CPMI dos Correios
CPMI dos Correios
Senado Federal, Anexo II, Ala Alexandre Costa, Subsolo
Brasília-DF CEP: 70.165-900

Anexos: - Livro "Fatos & Verdades/ CPI dos Correios";
- Ofício nº 33.705/2005/CGU-PR, de 25/11/05.

Senhor Secretário,

Durante aproximadamente doze horas, dentro do mais elevado respeito político ao Parlamento, sem uso de qualquer instrumento prévio de defesa jurídica, comparecei ao plenário da CPMI dos Correios, em 14 de setembro de 2005.

Naquela ocasião, não me furtei a qualquer questão levantada pelos parlamentares referentes à minha pessoa e aos atos de minha gestão à frente da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica (Secom).

Apesar deste amplo esclarecimento, de lá para cá, em diversos momentos, vieram à tona para a opinião pública, como se fossem novas, ou como se eu não as houvesse desmentido, velhas ilações e repetidos erros de informação, cabalmente refutados e explicados, por mim pessoalmente, ou pela própria Secom.

Nesse sentido, volto a oferecer - no presente documento que encaminho a CPMI - um conjunto de informações que sistematizam e comprovam, de forma integral e verdadeira, a lisura dos atos praticados e a minha conduta correta como homem público.

Busquei oferecer uma visão verdadeira e integral, respaldada em documentos e fatos, sobre um conjunto de informações infundadas, inconsistentes, mas exploradas exaustivamente no calor da disputa partidária, ou fruto da precipitação na divulgação de determinados temas.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 001
3406
Doc.

Solicito que o referido texto anexo - encaminhado, também, ao Presidente e ao Relator da CPMI – possa constar das informações e documentos reunidos ao longo dos trabalhos da Comissão.

Respeitosamente,

LUIZ GUSHIKEN
Chefe do NAE

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 002
3406
Doc.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO

OFÍCIO n.º 33205/2005/CGU-PR

Em 25 de novembro de 2005.

Ao Excelentíssimo Senhor
LUIZ GUSHIKEN
Chefe do Núcleo de Assuntos Estratégicos
Presidência da República
Brasília / DF

Senhor Chefe do Núcleo de Assuntos Estratégicos da Presidência da República,

Cumprimento-o com o maior apreço e me refiro à carta que me enviou, datada de 9 de novembro último, quando me encontrava fora de Brasília e também do exercício de minhas atuais funções. Recebi-a e a examinei com a melhor atenção, não apenas pela relevância das preocupações nela externadas como, sobretudo, pela consideração que sempre dediquei a V.Exa. e à sua trajetória de vida pública.

Soube, em seguida, que dera entrada em nosso protocolo, ofício da Subsecretaria de Comunicação Institucional, subscrito pelo Sr. Luiz Tadeu Rigo, onde, mais detalhadamente, o mesmo assunto foi tratado.

Determinado o imediato exame da matéria pelos setores competentes desta Controladoria, dele resultou a Nota Técnica nº 1316/2005/DICOM/DI/SFC/CGU-PR, que ora passo às mãos de V.Exa. por cópia, na qual reputo esclarecidos os pontos de relevo.

Quero, todavia, acrescentar, em relação ao ofício de Vossa Excelência, algumas observações que me parecem importantes, de modo a que não subsistam dúvidas sobre o assunto.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 003
3406
Doc.

Em primeiro lugar, deve restar claro que a Subsecretaria de Comunicação Institucional (ou sua antecessora a SECOM) não foi ouvida antecipadamente à conclusão do relatório unicamente por não ser ela o órgão objeto do trabalho de auditoria, no caso, a Empresa de Correios e Telégrafos. Esta, sim, foi notificada para manifestar-se e o fez, sendo suas justificativas devidamente analisadas e registradas no próprio relatório, como é, aliás, a praxe em todos os nossos trabalhos da espécie. Este esclarecimento foi, inclusive, feito imediatamente, em Nota Pública divulgada pela CGU no dia 7 de novembro.

No que respeita ao conteúdo do relatório, por sua vez, fica claro que apenas duas observações são nele feitas com referência à atuação da SECOM; e, registre-se, desde logo, estão longe de constituir-se nos pontos de maior relevância, visto que se trata, em ambos os casos, de impropriedades meramente formais, e que, por isso mesmo, não importaram em recomendações de apuração de responsabilidades ou de prejuízo aos cofres públicos. Somente mesmo a exploração de caráter político-partidária a que se referiu Vossa Excelência, pode explicar o destaque que veio a ser a elas atribuído nos meios de comunicação.

No tocante à questão especifica da redução do patrimônio líquido – aspecto que mereceu destaque no expediente da Vossa Excelência – permito-me pedir-lhe que examine os esclarecimentos constantes da Nota Técnica (sobre o item 10.2 do Relatório), em que se salienta o fato de que a exigência secundária não chegou a ser aplicada.

Por fim, informo a Vossa Excelência que a Nota Técnica contendo os esclarecimentos a que acabei de me referir está sendo encaminhada aos mesmos destinatários aos quais foi remetido o Relatório, como é de praxe em nossos trabalhos, sempre que nos são endereçadas justificativas posteriores àquela remessa.

Com a expressão do apreço e admiração de sempre.

WALDIR PIRES
Ministro de Estado do Controle e da Transparência

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 004
3406
Doc.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
Controladoria-Geral da União
Secretaria Federal de Controle Interno
SAS Q. 1 Bl "A", Ed. Darcy Ribeiro, 2° andar sala 230 - 70.070-905
Fone: 3412-7200 - fax: 3412-7123 - email: sfcdicom@cgu.gov.br

Nota Técnica n° 1316/2005/DICOM/DI/SFC/CGU-PR

Assunto: Pedido de *reavaliação* apresentado pelo Subsecretário Interino da Subsecretaria de Comunicação Institucional da Presidência da República - SECOM/PR, a itens do Relatório de Auditoria Parcial n° 20, no que tange *à participação da SECOM no processo licitatório dos Correios*, que teve por objeto a contratação de serviços de publicidade e propaganda - Concorrência n° 003/2003.
Subsecretaria de Comunicação Institucional

Senhor Diretor,

1. Por meio do Ofício n° 923/SECOM/SG-PR, de 8 de novembro de 2005, o Subsecretário Interino da Subsecretaria de Comunicação Institucional da Presidência da República apresentou considerações acerca dos itens 9.1, 9.2 e 10.2 do Relatório Parcial de Auditoria n° 20 e solicitou ao Excelentíssimo Ministro de Estado do Controle e da Transparência a *reavaliação* desta CGU quanto *à participação da SECOM no processo licitatório dos Correios*, no que concerne aos itens 9.1 e 10.2 do Relatório, argumentando que tais constatações referiram-se ou a vício de natureza exclusivamente formal, ou a alteração de cláusula editalícia que, haja vista não ter sido, de fato, aplicada, não beneficiou a nenhum dos licitantes.

2. Analisadas as ponderações da SECOM, concluímos que, embora não tenham efetivamente resultado em favorecimento a licitantes, aquelas constatações não poderiam deixar de ser consignadas ao Relatório, uma vez que se tratava, sem sombra de dúvida, de vício, ainda que de natureza formal e de alteração de exigência editalícia não suficientemente esclarecida, àquela altura, pela ECT. São, portanto, constatações que qualquer auditoria tem o dever de registrar.

O entendimento desta CGU, quanto a essas questões, foi o de que, de fato, se trata de ocorrências de menor relevância, como expressado, aliás, pelas recomendações de caráter apenas preventivo dirigidas à ECT, a serem aplicadas em futuras contratações. Caso esta CGU houvesse constatado ocorrências graves originadas de tais atos, as recomendações não seriam somente de natureza preventiva, voltadas a evitar a repetição da falha, mas também, necessariamente, pela responsabilização administrativa e civil dos agentes públicos e pelo ressarcimento ao Erário, em caso de prejuízo aos cofres públicos.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 005
3406
Doc.

o interesse público, as constatações de maior relevância nesse relatório de auditoria na ECT, foram aquelas que se referem a contratos com objeto múltiplo, que geram desperdício de recursos, devido à intermediação desnecessária via agências de publicidade, inclusive com burla à lei de licitações, importando em terceirização na contratação de serviços de impressão gráfica, pesquisa, consultoria, organização de eventos e de fornecimento de brindes, dentre outros serviços que não sejam de veiculação em mídia, bem como ocorrência de sobrepreço.

Observe-se que, nesse sentido, há jurisprudência do TCU, exarada nos Acórdãos 1529/2005 e 1874/2005.

Em tais constatações do Relatório, além de outras, houve recomendações de tomada de providências para a apuração de responsabilidades e ressarcimento ao Erário. Assim, o destaque dado às constatações ora objeto das ponderações da SECOM, parte de leituras restritas e descontextualizadas do Relatório de Auditoria, dando ênfase e dimensão desproporcionais a esses apontamentos, tratados no Relatório com menor relevância.

4. Ademais, conforme detalhado a seguir, ressaltamos que os apontamentos do Relatório Parcial nº 20 observaram estritamente as normas que regem a execução dos trabalhos de auditoria do Sistema de Controle Interno do Poder Executivo Federal, restando demonstrada a pertinência dos mesmos, os quais destinam-se ao aprimoramento dos controles internos da ECT. Desse modo, as ponderações da SECOM quanto à sua participação no processo licitatório dos Correios não trazem elementos que ensejem mudanças no posicionamento desta CGU.

5. Expresso, assim, em síntese, o entendimento da CGU a respeito da presente solicitação da SECOM, apresentamos, a seguir, mais detalhadamente, aspectos técnicos considerados em nossa análise.

5.1 Das manifestações da SECOM sobre o item 9.1 do Relatório Parcial de Auditoria nº 20:

No parágrafo 22 do Ofício nº 923/SECOM/SG-PR, o Subsecretário Interino de Comunicação Institucional afirma que a constatação cuidou de "*vício de natureza exclusivamente formal*" e que haveria a pertinência de ressalva desta CGU apenas quanto à alteração dos referidos critérios "*por meio de ofício e não por meio de nova Instrução Normativa.*"

A afirmação da SECOM coincide exatamente com o entendimento da equipe de auditoria, expresso nos questionamentos formulados à ECT sobre tal alteração, bem como no Relatório de Auditoria.

Nas análises das manifestações apresentadas pela ECT, constantes do Relatório, restou consignado que "*um mero documento, emitido pela Subsecretária de Publicidade, mesmo que assinado em conjunto com o Subsecretário de Publicações, Promoção e Normas, e ainda que contenha, em seu verso, o "de acordo" do Ministro-Chefe da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República, não tem o condão de alterar disposições emanadas de uma Instrução Normativa.*"

Como visto, o questionamento feito no Relatório não era dirigido ao conteúdo da sugestão da SECOM, mas sim à sua forma, e teve a finalidade de recomendar à ECT a necessária observância de orientações normativas reguladoras da matéria para os futuros editais de licitação, cujo objeto seja a contratação de serviços de publicidade e propaganda.

Cumpre registrar que, embora esta CGU tenha utilizado, no Relatório, a expressão "*irregular*" ao referir-se a essa alteração, o sentido da expressão foi o de alteração indevida, imprópria, porquanto em discordância a normativo. Não se evidenciou, a partir de tal alteração, a prática de uma "*irregularidade*", esta no sentido técnico do termo, no âmbito da Auditoria Governamental, ou seja, a existência de fraude, desvio, dolo, ato de improbidade ou outra ocorrência grave de que resultasse prejuízo ao erário ou vantagem ilícita.

Caso tivesse sido configurada irregularidade propriamente dita no ato administrativo praticado, teria havido, necessariamente, a recomendação de imediata apuração de responsabilidades para fins de aplicação das penalidades administrativas disciplinares cabíveis, bem como a comunicação aos órgãos competentes para as ações penais e civis cabíveis.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 006
3406
Doc.

esta CGU, justamente porque tratou-se de mera "impropriedade", no sentido técnico da palavra, ou seja, falha de natureza formal de que não resulta dano ao Erário, porém restando evidenciada a inobservância de algum normativo.

Tais procedimentos estão todos conformes à Instrução Normativa SFC nº 01/2001, de 06/04/2001, que define diretrizes, princípios, conceitos e aprova normas técnicas para a atuação do Sistema de Controle Interno do Poder Executivo Federal, disciplina a atuação dos servidores da CGU, bem como traz as normas relativas à execução das atividades de Auditoria Governamental (Capítulo VII, Seção III, item 4 incisos III alínea "a" e IV, item 7 inciso I).

Quanto às ponderações da SECOM constantes dos parágrafos 23 a 31 do Ofício nº 923, em análise, que tratam da não apresentação, por esta CGU, dos dados concretos dos licitantes e os efeitos da alteração dos quesitos do edital no resultado do certame, cumpre esclarecer que durante os trabalhos de auditoria a equipe realizou todos os exames e análises necessários, os quais demonstraram que a impropriedade apontada não resultou em irregularidade, haja vista que não houve, neste aspecto, favorecimento a quaisquer das licitantes, não cabendo portanto registros sobre as conseqüências técnico-jurídicas de tal alteração.

5.2 Das manifestações da SECOM quanto ao item 10.2 do Relatório Parcial de Auditoria nº 20:

O Ofício nº 923 - SECOM apresenta, nos itens 7 a 19, considerações ao conteúdo do Relatório, item 10.2, sobre a alteração de exigência de qualificação econômico-financeira das proponentes, Edital de Licitação - Concorrência 03/2003, realizada pela ECT a partir de sugestão da SECOM.

As análises levadas a efeito pelos auditores desta CGU neste item do Relatório, do mesmo modo, tiveram por finalidade específica a comprovação do cumprimento de leis e regulamentos por parte da entidade auditada, vistas às exigências constantes do item 6 da Instrução Normativa nº 7, de 13.11.1995, e artigos 27 a 32 da Lei 8.666/93.

Necessário é esclarecer que o Relatório consignou no referido item o "*possível favorecimento a licitantes*" – no plural – e, embora tenha destacado que a empresa SMP&B poderia ter sido beneficiada "*caso tivesse apresentado, na fase de habilitação, índices de liquidez e de solvência abaixo do exigido*", a CGU registrou expressamente que as 9 (nove) outras empresas licitantes listadas na tabela 9 (pág. 59) poderiam também ter sido beneficiadas com a redução do patrimônio líquido promovida, caso reprovadas quanto à exigência relativa ao índice de liquidez. Além disso, cabe registrar que a referência nominal àquela empresa deveu-se a dois fatores: a existência de inúmeras denúncias contra a mesma, aliás, de conhecimento público, o que, em qualquer situação, imporia à auditoria um zelo especial em relação a ela e, de outro lado, ao fato de que a SMP&B era a única das três vencedoras do certame que tinha patrimônio líquido abaixo de R$ 3 milhões.

Cabe anotar, também, que, cientes de que a exigência secundária acerca do patrimônio líquido não chegou a ser aplicada, conforme consta no Relatório, manteve-se o registro, haja vista que, durante os exames de auditoria, os dados colhidos em campo e a manifestação apresentada pela ECT não trouxeram esclarecimentos suficientes que justificassem tecnicamente as razões da decisão de redução da exigência inicial.

Com efeito, a auditoria não considerou razoável a fixação da exigência do patrimônio líquido com base no valor mínimo assegurado de execução do contrato, isto é, 25%, até porque os motivos dessa opção não foram explicitados. Assim, a auditoria recomendou que, nas próximas licitações, fosse utilizado como base para fixação do patrimônio líquido exigido o histórico da execução dos contratos de publicidade. Nesse contexto, convém ainda ressaltar que a auditoria apenas informou que, no caso em tela, a execução do contrato encontrava-se eqüitativa, isto é, de aproximadamente 33% para cada empresa contratada.

Ressalte-se, mais uma vez que, caso houvesse sido constatada a irregularidade dos atos, a auditoria teria recomendado a apuração de responsabilidades e, não, simplesmente, apontado medidas que entendeu devessem ser observadas em licitações futuras.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 0407
3406
Doc.

3.3 Das manifestações da SECOM sobre o item 9.2 do Relatório Parcial de Auditoria nº 20:

Tratou-se no item 9.2 do Relatório Parcial nº 20 da ocorrência de notas consensuais em um critério considerado objetivo (Capacidade de Atendimento) e em dois dos seis critérios considerados subjetivos (Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

Esclareça-se que o apontamento feito pela CGU teve como enfoque o consenso de notas havido em relação aos critérios considerados subjetivos, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, que restringiu a possibilidade de diferenciação de entendimentos entre os representantes da Comissão de Licitação. O usual, em quaisquer procedimentos de avaliação, é que a percepção de diferentes julgadores sobre um mesmo elemento, ainda mais quando este reveste-se de caráter preponderantemente subjetivo, seja diversa, o que não ocorreu no caso em tela, quanto aos quesitos Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, já que a CEL/ECT decidiu por pontuar notas consensuais relativas a cada licitante, restringindo, na prática, o efeito da avaliação.

Esta situação nada tem a ver com aquela outra, também referida no item 9.2 do Relatório, no qual a auditoria apontou o fato de que agências de publicidade desclassificadas no certame realizado pela ECT foram contratadas por outros órgãos do Poder Executivo Federal, eis que se trata de assuntos absolutamente incomparáveis.

No que se refere à manifestação de estranheza sobre o caráter "inédito" das considerações desta CGU, contida no item 32 do Ofício 923/SECOM/SG-PR, quando comparadas às referentes aos contratos do ano de 2000, cabe registrar, em primeiro lugar, que a CGU realizou, em 2002 e 2003, trabalhos de auditoria nos contratos de serviços de publicidade e propaganda da ECT, que tiveram como escopo a execução contratual, e não os procedimentos licitatórios, convindo ainda salientar que apontou numerosas deficiências nos controles internos da ECT; e, por outro lado, ainda que houvesse deixado de detectar algum problema à época, isso não a impediria de apontá-lo hoje, eis que "a evolução de métodos e procedimentos é uma constante na Administração Pública", conforme afirma o mesmo ofício da SECOM em seu item 38. A esse respeito, a CGU não constitui exceção, primando, sempre, pelo esforço de contínuo aprimoramento das auditorias realizadas.

Brasília - DF, 18 de novembro de 2005.

Alzira Ester Angeli
Analista de Finanças e Controle

De acordo.
À consideração superior.

Lucimar Cevallos Mijan
Coordenadora-Geral de Auditoria de Programas da Área de Comunicações

De acordo.
Ao Secretário Federal de Controle Interno, propondo seja submetido à apreciação do Subcontrolador-Geral da União, para os encaminhamentos que entender cabíveis.

Marcos Luiz Manzochi
Diretor de Auditoria de Programas da Área de Infra-Estrutura

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 008
3406
Doc.

"existe uma linha tênue
entre investigação e perseguição"

(frase do jornalista Edward Murrow,
no filme "Boa Noite, Boa Sorte", sobre
o período do macartismo nos Estados Unidos)

SECOM / GUSHIKEN

FATOS & VERDADES

CPI DOS CORREIOS

"existe uma linha tênue entre investigação e perseguição"

(frase do jornalista Edward Murrow,
no filme "Boa Noite, Boa Sorte", sobre o
período do *macartismo* nos Estados Unidos)

CPI DOS CORREIOS

SECOM/GUSHIKEN

FATOS & VERDADE

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
010
Fls Nº
Doc 3406

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO - pg 01

INTRODUÇÃO - pg 02

01. Contratos das agências de Marcos Valério no Governo Federal - pg 03
02. As calúnias de Pizzolato – Visanet e o caso Opportunity - pg 05
03. A centralização da "poderosa" Secom - pg 08
04. A Secom não decide sobre verbas de estatais e ministérios - pg 09
05. O papel da Secom nas licitações - pg 11
06. Licitação nos Correios: a polêmica sobre o patrimônio líquido - pg 14
07. Licitação nos Correios: regras de julgamento e pontuação - pg 16
08. O relatório preliminar da CGU e a versão da oposição - pg 18
09. As inconsistências do relatório preliminar do TCU - pg 21
10. A relação com fundos de pensão - pg 24
11. A relação com Globalprev - pg 26
12. A relação com a Editora Ponto de Vista - pg 28

CONCLUSÃO - pg 30

ANEXOS (Índice) - pg 31

01. Ofício do Banco do Brasil sobre Visanet / Secom - pg 32
02. Ofício da ABAP sobre patrimônio líquido - pg 34
03. Ofício da CGU para o ex-ministro Gushiken - pg 37
04. Ofício da Secom ao TCU - pg 42
05. Ofício da Prefeitura de Indaiatuba sobre Globalprev - pg 47

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 011
Doc. 3406

APRESENTAÇÃO

Na história recente da política brasileira, raramente ações políticas foram tão dramatizadas e tensionadas como as ocorridas no âmbito da CPI dos Correios, instalada em 15 de junho de 2005.

A referida CPI teve méritos inegáveis. De sua vigorosa ação investigadora haverá de resultar uma maior vigilância e controle da máquina pública e, espero, ainda, a retomada mais corajosa em torno da urgência de uma profunda reforma política no Brasil. Mas teve também sua imagem nublada quando, na voragem das denúncias, permitiu a proliferação de comportamentos abusivos, danosos à imagem pública de instituições e pessoas inocentes.

Na antigüidade cunhou-se a frase, hoje clássica: "à mulher de César, não basta ser honesta, mas sim parecer honesta". Da sabedoria política dos mineiros cravou-se outro ensinamento: "em política, o mais importante não é o fato, mas a versão sobre o fato".

Mas foi no palco da CPI, com ampla repercussão na mídia, que se adicionou e se impôs uma outra regra, inquisitorial em seus métodos e perigosa em seus efeitos, e que se firma na idéia de que "a suspeição equivale à prova".

Essas armas foram exploradas à exaustão, e poucas vezes se viu tamanho estímulo para a prática de denúncias vazias e tamanha condescendência para o exercício da calúnia.

"Estou encantado, porque vamos nos ver livres dessa raça pelos próximos 30 anos", *(referindo-se ao Partido dos Trabalhadores) bradou o senador Jorge Bornhausen, em uma reunião com empresários em 27/09/2005, revelando inequivocamente a fúria oposicionista contra o governo Lula.*

"O sr. organizou uma quadrilha no Governo Lula", *foi o que disse, de dedo em riste, o Deputado Ony Lorenzoni no dia 14 de setembro passado,no plenário da CPI, sem a mínima prova que pudesse amparar tão contundente acusação sobre a minha pessoa.*

Comportamentos semelhantes se repetiram na CPI, que se transformou em terreno fértil para disseminar o veneno do desrespeito, da mentira e da difamação. Os adversários armaram-se para deflagrar tempos de guerra na política.

Quando a política resume-se ao horizonte de conquista do poder, a esfera pública se torna campo fértil para uma guerra aberta onde aniquilar o outro é a primeira e única regra do jogo. Arruinar reputações e destruir o estoque de credibilidade são os primeiros passos.

Mas a destruição de reputações só tem eficácia quando a comunicação atinge a opinião pública. Em meio a essa batalha, que ocorre desde maio de 2005, informações centrais para a opinião pública praticamente desapareceram ou passaram despercebidas.

Neste contexto, fui vítima de informações falsas e de calúnias, lançadas por detratores profissionais.

Com este documento espero oferecer elementos para contrapor, mais uma vez, à avalanche da desinformação e às versões que a oposição logrou consagrar.

LUIZ GUSHIKEN
Março/2006.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 012
3406
Doc.
01

O texto apresenta, de forma objetiva, as principais acusações e questionamentos dirigidos contra a atuação da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica (SECOM), durante a gestão do ex-ministro Luiz Gushiken.

Com base em ampla documentação, o texto a seguir oferece uma visão verdadeira e integral sobre uma série de informações infundadas, inconsistentes, parciais, que foram exploradas exaustivamente no calor da disputa política.

De tanto serem repetidas pelas vozes oposicionistas – e repercutirem na mídia – ganharam aparência de verdade. Não são, como demonstra o presente trabalho.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 013
3406
Doc.

ACUSAÇÃO x VERDADE

"Há pessoas que me acusam por desinformação. Outras mentem para se protegerem."

(Luiz Gushiken – entrevista ao jornal O Estado de S. Paulo, 18/12/2005)

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº
Doc. 3486

1. CONTRATOS DAS AGÊNCIAS DE MARCOS VALÉRIO NO GOVERNO FEDERAL

ACUSAÇÃO

Dirigentes da Secom mantiveram encontros suspeitos com o Marcos Valério e as agências do publicitário foram beneficiadas em licitações.

A VERDADE

O Ministro Gushiken não conhece e nunca manteve audiência com o empresário Marcos Valério. E os dirigentes da Secom, quando o fizeram, foi de forma pública, estritamente profissional e para atender a uma exigência legal atribuída à Secom: manter relacionamento institucional com as agências de publicidade que prestam serviços ao Sistema de Comunicação do Poder Executivo Federal

As agências do senhor Marcos Valério (SMP&B e DNA) já prestavam serviços para o governo há muito tempo. As duas agências já tinham, no governo passado, 4 contratos: Banco do Brasil, Ministério do Trabalho, Ministério do Esporte e Eletronorte. No atual Governo, participaram de sete licitações, vencendo a dos Correios e do Banco do Brasil.

No atual Governo, as duas agências perderam as outras 4 licitações que disputaram.

Houve também erros e má fé na divulgação de qual volume de recursos as agências DNA e SMP&B receberam de publicidade do governo federal. Os recursos destinados às duas agências totalizaram R$ 296 milhões, de 2003 até 2005. Desse montante, de acordo com as médias do mercado publicitário, R$ 203 milhões foram alocados em veiculação de mídia e cerca de R$ 93 milhões com produção, o que inclui pagamentos a fornecedores diversos do mercado de comunicação (gráficas, produtoras, promotores de eventos, etc.). Como remuneração, as agências recebem 15% dos recursos aplicados na veiculação de mídia, o que representa algo da ordem de R$ 30 milhões para as respectivas agências, e em torno de 8% dos gastos de produção, o que equivale a R$ 7 milhões. Assim, a receita das respectivas agências de publicidade, estimada, de 2003 a 2005, proporcionada pelos contratos com órgãos e entidades federais, soma R$ 37 milhões.

Mas esse número não significa o que elas lucraram. Essa é a estimativa da parcela da receita que fica com as agências. Essa receita é utilizada pelas empresas de publicidade no pagamento de tributos e custos operacionais (salários, aluguel, material de arte, etc.). Especialistas do setor chegam a afirmar que o comprometimento da receita faz com que reste para as agências de publicidade um lucro líquido da ordem de 22% da receita. Numa análise mais conservadora e admitindo que esse lucro líquido seja de 50%, chega-se à conclusão de que as empresas DNA e SMP&B teriam lucrado R$ 18,5 milhões desde 2003 (últimos 28 meses). Isso resultaria num lucro mensal, para ambas as agências, da ordem de R$ 660 mil. Valores evidentemente inferiores aos que têm sido divulgados sobre as movimentações financeiras dessas empresas.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 015
Doc. 3406
03

Outro tópico que ganhou dimensões despropositadas e ilações descabidas de favorecimento, diz respeito às anotações contidas numa agenda que a ex-secretária Fernanda Karina manteve consigo após deixar o emprego. Nesta agenda consta, segundo a ex-secretária, contatos do Sr. Marcus Flora, secretário-adjunto da Secretaria de Comunicação Social do Governo e Gestão Estratégica (SECOM), com o publicitário Sr. Marcos Valério.

A presunção de irregularidade é absurda, uma vez que é função da Secom e de seus dirigentes, manter constantes contatos com todos os agentes do setor de comunicação: veículos de comunicação, associações de classe, agências de publicidade, empresas de assessoria de imprensa,jornalistas, prestadores de serviços etc.

Tal atribuição está amparada na legislação em vigor (Lei 10.683, de 25.05.03 e que já constava da lei 9.649/98.

E por sua vez, é da atribuição do secretário-adjunto, entre outras funções, a de relacionamento público-institucional, o que inclui relacionar-se com a mídia, com as agências e demais entidades desse segmento.

Esse relacionamento sempre foi transparente e honesto como podem atestar os próprios veículos de mídia (jornais, revistas, rádios, tevês, etc.) que são parte interessada e ativa nessa relação, tornando mais compreensíveis à população as ações do Governo.

É evidente e natural, portanto, que os dirigentes da Secom mantenham contato com empresários e diretores das empresas contratadas pela Administração Direta e Indireta da União, o que, afinal, faz parte de seu ofício.

No que diz respeito às agências de publicidade das quais o Sr. Marcos Valério é sócio e/ ou representante legal, impõe-se esclarecer que elas mantiveram contratos com o Governo Federal desde 1995, e ele sempre se apresentou, sem contestação dos seus sócios, como representante daquelas agências. Da mesma forma que o fizeram dezenas de outros publicitários, sócios de agências ou entidades do setor.

Assim, foi no estrito desempenho de suas funções que o secretário-adjunto Marcus Flora manteve contatos com o mencionado publicitário. E tanto foram absolutamente transparentes que até mesmo uma caneta, com a qual foi presenteado num deles, foi doada ao programa Fome Zero, e devidamente leiloada, como já foi noticiado.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 016
04
Doc. 3406

2. AS CALÚNIAS DE PIZZOLATO— VISANET E O CASO OPPORTUNITY

ACUSAÇÃO

O Ministro Gushiken mandou o diretor do Banco do Brasil, Henrique Pizzolato, assinar nota que adiantava recursos da Visanet para as empresas do sr. Marcos Valério. Pizzolato acusa também Gushiken de agir contra os interesses do grupo Opportunity.

A VERDADE - CASO VISANET

O ex-diretor de marketing do Banco do Brasil, Henrique Pizzolato, apresenta uma trajetória ambígua em relação ao ex-ministro Gushiken.

Anteriormente, nos contatos públicos ou declarações para a imprensa, declarava-se "amigo" de Gushiken e aliado das mesmas causas.

Repentinamente, passa a atacar o ex-ministro e disparar acusações falsas. Em entrevista ao jornal *Folha de SP* (24/07/2005), Pizzolato questiona acordo entre a Previ, e outros fundos, com o Citibank. Embora acusado de ser sacador de Marcos Valério, Pizzolato afirmou, naquela entrevista, que o ex-ministro Gushiken influenciava o fundo dos funcionários do BB e contratos de publicidade do banco.

Pizzolato nunca trouxe nota referente à Visanet para que o Ministro ou a Secom examinassem. O próprio relatório da auditoria do Banco do Brasil aponta as alçadas, atribuições e responsabilidade na questão de liberação de recursos pertencentes à empresa Visanet. São decisões internas, cujos responsáveis são os administradores do Banco do Brasil. A Secom não teve qualquer interferência, fato assegurado pelo próprio Banco do Brasil (anexo 1 – ofício do Banco do Brasil sobre Visanet/Secom).

Fato esclarecedor da confusão ou má fé do Sr. Pizzolato é a informação publicada pela revista *IstoÉ Dinheiro*, quando de sua entrevista, de que o suposto encontro para tratar do assunto Visanet, teria ocorrido no dia 03/03/2003, uma segunda-feira de carnaval, feriado em Brasília e estando a Secom fechada.

Reproduzimos abaixo, de forma sintética, o que o ex-Ministro Gushiken, tem reiterado em notas oficiais, declarações públicas e entrevistas para a imprensa:

- "A declaração de Pizzolato não é verdadeira. Jamais tratei de pagamentos antecipados à VISANET. Nunca pedi que ele assinasse qualquer nota interna do Banco do Brasil".

- "Além de transferir para minha pessoa, atos de responsabilidade e de gestão, que cabem unicamente ao administrador tomar, o ex-diretor faz insinuações falsas sobre minha conduta. Todas as orientações que dei, quando solicitado por ele, foram a de respeito à lei, obediência aos trâmites e regulamentos do Banco do Brasil".

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 017
3406
Doc.

• "Por meio de episódios isolados, o ex-diretor quer demonstrar uma ingerência indevida da minha parte. Por exemplo: um dia Pizzolato trouxe para mim a informação de que empresas coligadas do BB tinham orçamento de publicidade maior do que o da própria Diretoria de Marketing – e a Diretoria muitas vezes sequer tomava conhecimento das campanhas. Pizzolato considerava que sua diretoria deveria ter maior controle ou participação naquelas decisões e eu concordei com a premissa: se a comunicação deve ter unidade é razoável que a área de Marketing da empresa controladora tenha algum nível de acesso e participação. Foi só isso. Quaisquer ilações são infundadas e mentirosas".

• "Há pessoas que me acusam por desinformação. Outras mentem para se protegerem".

A questão Visanet merece ser vista, ainda, dentro das seguintes informações:

a) A Visanet não é órgão do Governo Federal e as ações de marketing e de comunicação dessa empresa são de responsabilidade de seus controladores. Segundo sustenta parecer da própria área jurídica do Banco do Brasil trata-se, inclusive, de empresa de natureza privada.

b) No caso do Banco do Brasil, como de qualquer outra empresa ou entidade do Governo Federal, não é competência da Secom gerir contratos, efetuar repasses, fazer adiantamentos ou tomar quaisquer decisões sobre investimentos e recursos financeiros.

c) Desde 1996 a Secom exerce, amparada em lei, funções de coordenação e supervisão do sistema de comunicação do Governo Federal. A legislação estabelece, ainda, que as diretrizes e orientações técnicas da Secom não prevaleçam sobre a subordinação administração e ressalta as responsabilidades jurídicas dos respectivos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal (ministérios, autarquias, empresas estatais, etc.).

d) A Secom decide apenas sobre os recursos de seu próprio orçamento, da mesma forma como a gestão de recursos e investimentos em publicidade cabe, individualmente, a cada órgão da administração federal.

e) A Secom não tem competência legal para gerir recursos ou investimentos de outros órgãos, e, no que tange a análise de conteúdo de comunicação de empresas coligadas de estatais, os procedimentos são realizados somente quando os nomes da estatal e do Governo Federal estão presentes na propaganda.

A VERDADE - CASO OPPORTUNITY

No caso do conflito com o grupo Opportunity, que disputava o controle da Brasil Telecom com a Previ, a trajetória de Pizzolato é reveladora de uma súbita mudança de comportamento. Desfazer a arapuca societária que o sr. Daniel Dantas armou em torno da participação dos fundos de pensão nas privatizações de empresas de telecomunicações, no governo passado, sempre foi uma bandeira unânime entre os trabalhadores e seus dirigentes.

De acordo com os dirigentes dos fundos de pensão, as reiteradas iniciativas do referido empresário, caso efetivadas, resultariam em expressivos prejuízos para os trabalhadores.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
0018
Fls Nº
3406
Doc.

Na citada entrevista que deu a *Folha*, em julho passado, Pizzolato deixou clara sua preferência pelos interesses do grupo Opportunity. Relata que numa reunião disse aos conselheiros que precisavam aprovar imediatamente uma medida favorável ao Opportunity, que era a venda da Telemig. Disse que fora procurado por uma pessoa do governo.

Sérgio Rosa (presidente da Previ) resolveu conferir e veio a Brasília. Conversou com Gushiken, depois com Antonio Palocci (ministro da Fazenda). Na conversa com ambos ministros, Sergio Rosa ouviu que desconheciam essa discussão no âmbito do Governo.

Portanto, sair acusando o acordo que beneficiou os trabalhadores, e os fundos de pensão, acordo que tirou o comando societário das mãos do grupo do Sr. Daniel Dantas, é revelador de uma mudança de posicionamento. Pizzolato passou a assumir a defesa de outros interesses, alheios aos interesses dos associados dos fundos.

Vale lembrar que o Sr. Pizzolato desfrutava da condição de membro de conselhos de administração de várias empresas, além de acumular o cargo de Diretor do Banco do Brasil e a presidência do Conselho da Previ.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 019
Doc. 3406

3. A CENTRALIZAÇÃO DA "PODEROSA" SECOM

ACUSAÇÃO

A Secom centralizou toda a publicidade e tinha super-poderes, enfim, comandava toda a comunicação do Governo Federal.

A VERDADE

Há um mito sobre a centralização, entendida de forma incorreta.

Primeiro: a centralização significou a negociação do volume de recursos de publicidade do Governo Federal de forma unificada. Numa mesma mesa reuniram-se os representantes dos meios de comunicação e, na outra, do Governo Federal, evitando a negociação pulverizada e isolada de recursos públicos, como ocorria nos governos anteriores. Esse procedimento diz respeito unicamente a compra de espaço publicitário em jornais, emissoras de rádio, televisão, internet, etc. Como anunciante único, o Governo Federal obteve preços mais competitivos na negociação de mídia do que teria caso a negociação fosse feita isoladamente, por meio de cada estatal ou ministérios com verbas significativas.

O resultado desse novo processo foi economia de recursos públicos. Em 2004, se o Governo Federal fosse comprar espaço publicitário nos veículos de comunicação, a preços de 2002, o Governo teria de acrescentar cerca de R$ 225 milhões no orçamento.

Em segundo lugar: entende-se também por centralização o fato de que, pela primeira vez, conforme recomendado pelos órgãos de controle e pela gestão anterior, foi instituída, no âmbito da Presidência da República, a conta de publicidade institucional (de prestação de contas das realizações e atos do Governo Federal), diferenciando-se da modalidade da publicidade de utilidade pública. Ou seja, antes, os ministérios eram responsáveis por gerir tanto as ações de publicidade institucional como as de utilidade pública.

No passado, portanto, a publicidade institucional estava fragmentada, dispersa entre os vários ministérios, ou era veiculada com a sustentação de empresas estatais (prática condenada pelo TCU). A dispersão da verba institucional dificultava o controle pelos órgãos que exercem esta função (CGU, CISET, TCU, MP) e não dava a transparência necessária sobre a aplicação destes recursos.

Quem estiver interessado na verdade certamente irá reconhecer e identificar que a gestão da Secom, a partir de 2003, significou:

a) economia de recursos públicos, na negociação unificada de mídia;

b) mais transparência com a divulgação pública dos investimentos de publicidade do Governo Federal no site da Secom (fato inédito, que nenhuma administração anterior fez);

c) adequada gestão dos investimentos em publicidade, com a centralização da verba institucional do Governo Federal, recursos até então dispersos em órgãos da administração direta ou com ações de comunicação custeadas por empresas estatais, prática condenada pelos órgãos

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 020
Doc. 3406

4. A SECOM NÃO DECIDE SOBRE VERBAS DE ESTATAIS E MINISTÉRIOS

ACUSAÇÃO

de controle (como no caso da campanha de divulgação dos 8 anos do Plano Real no governo FHC).A Secom controlava verbas, investimentos, licitações, aprovava tudo, tinha poder de veto sobre campanhas de publicidade de qualquer órgão da administração pública. Controlava uma movimentação de mais de 1 bilhão de reais.

A VERDADE

A Secom não tem poder legal para decidir verbas e investimentos de outros órgãos e entidades estatais. É responsável exclusivamente pela gestão dos recursos e dos contratos das agências licitadas para a prestação de serviços de comunicação referentes à Presidência da República. A Secom, em 2003, registrou gastos com publicidade que alcançaram R$ 53 milhões. Em 2004, o investimento foi de R$ 134,8 milhões.

A Secom aprovava todas as campanhas do ponto de vista do conteúdo, da uniformidade das mensagens em relação à comunicação integrada do Governo Federal.

Fazia, portanto, sugestões e orientações a respeito do conteúdo, sem fazer vetos ou indicações a respeito de investimentos e das empresas de comunicação que deveriam receber o anúncio (plano de mídia). Entretanto, como possui um banco de referência como parâmetro de preços de serviços, muitas vezes, orientou o Sistema de Comunicação do Poder Executivo Federal a negociar melhor os preços dos fornecedores quando fora da média praticada pelo mercado.

Ao falar sobre o papel e escopo de atuação da Secom, para os parlamentares, em depoimento prestado em 14/09/2005, o ex-Ministro observou:

"... é preciso fazer uma ressalva: a Secom não tem poder de mando sobre as estatais; existe um limite a partir do qual a Secom estaria invadindo autonomia das estatais. Por exemplo, a Secom não pode definir valores das contas de publicidade de um órgão estatal. A Secom não pode gerenciar os recursos de uma conta de publicidade de outro órgão. Então, existem limites na tarefa de supervisão, que é o principal elemento que fundamenta a existência desse órgão".

A Secom passou a enxergar o conjunto do governo, suas ações, programas e as necessidades de comunicação de forma integrada.

Dentro dessa visão, de ênfase no conteúdo, a Secom dedicou-se a:

1. Articular-se com os vários órgãos do governo para que as ações de comunicação fossem realizadas de forma coordenada.

2. Estimular a complementariedade da informação para que a mesma seja transmitida de forma mais clara e integral, no sentido de que os órgãos autores das ações possam - sem prejuízo de divulgar suas realizações específicas - seguir uma mesma linha de comunicação.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI 0 2 CORREIOS
Fls Nº
Doc 3406

3. Produzir comunicação que possa atingir um número maior de pessoas, nas diversas camadas da população, e assim otimizar a aplicação dos recursos.

4. Buscar maior eficiência nos processos de comunicação de governo e incentivar o aperfeiçoamento técnico em comunicação pública.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 022
3406
Doc.

5. O PAPEL DA SECOM NAS LICITAÇÕES

ACUSAÇÃO

A Secom atuou de forma irregular e adotou procedimentos e normas que comprometeram a lisura das licitações de agências de publicidade para o Governo Federal.

A VERDADE

Há mais de 10 anos, o papel da Secom é coordenar, supervisionar, normatizar e controlar as ações de publicidade e patrocínio dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, incluindo comissões de licitação.

A lei confere à Secom a possibilidade de ser maioria nas comissões de licitação. A Secom conta com equipe especializada nos processos licitatórios, mas não reúne número suficiente de técnicos e nem dispõe de estrutura para participar das licitações na forma como a lei faculta.

Assim, das 29 licitações realizadas (até junho de 2005), a Secom participou de 19 e destas, foi maioria em apenas 6.

No caso dos Correios, a SECOM não foi maioria na comissão. Optou por indicar, entre as três vagas que lhe caberiam, o então diretor de marketing daquela estatal (que estava no cargo desde 1992), José Otaviano. Medida que se comparada com a licitação de 2000, demonstra a preocupação da Secom em assegurar a maioria de membros dos Correios na comissão, ao contrário do ocorrido em 2000, quando dos cinco membros, três eram do governo (dois da Secom e um do Ministérios da Comunicações) e somente dois eram funcionários dos Correios.

Cada órgão ou entidade conduz suas licitações através de uma comissão especial de licitação, coordenada por um servidor do órgão ou entidade responsável pela licitação. A Secom cumpre o seu papel legal de avaliar tecnicamente o edital, verificando sua compatibilidade com a legislação em vigor. Também compete dar sugestões, que podem ou não ser acatadas pelo órgão.

Um registro especial deve ser feito em relação à participação das empresas DNA e SMP&B em licitações:

• SMP&B: participou de duas licitações neste Governo (ganhou 1, Correios) e perdeu outra (Presidência da República). Disputou licitações que somavam R$ 222 milhões e ficou com contrato de R$ 72 milhões, dividido com outras duas agências vencedoras do certame.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 023
3406
Doc.

• DNA: participou de 5 licitações neste Governo (ganhou 1, Banco do Brasil) e perdeu 4 (Presidência da República, Ministério da Previdência Social, Eletrobrás, Ministério da Saúde). Disputou licitações que somavam R$ 426 milhões e ficou com contrato de R$ 142 milhões, dividido com outras duas agências também vencedoras da licitação.

• Ambas prestavam serviços para o Governo FHC: SMP&B (Ministério dos Esportes) e DNA (Eletronorte e Ministério do Trabalho).

O histórico da participação da Secom em licitações, no atual Governo, registra o seguinte balanço:

• Das 29 licitações realizadas (até junho/2005), a Secom participou de 19.

• Nessas 19, foi majoritária em apenas 6, por solicitação expressa dos respectivos órgãos e entidades (Besc, Eletrobrás, Ministério da Educação, Ministério das Cidades, Ministério do Desenvolvimento Agrário e Ministério do Desenvolvimento Social).

• Nessas 19, foi minoritária em 11 (BB, BNDES, BNB, CEF, Correios, Petrobrás, BR Distribuidora, Infraero, Embratur, Ministérios da Saúde e do Turismo).

• Nessas 19, participou em condição de paridade em 2 (Ministério da Previdência Social e IRB)

• 17 servidores diferentes da Secom integraram essas 19 licitações.

As inverdades sobre "esquemas envolvendo agências de publicidade" não têm respaldo nos fatos.

Quanto ao volume de recursos movimentados pelas agências de publicidade contratadas pelo Governo Federal, em muitos momentos tentou-se atribuir à Secom a gestão de todo o orçamento de publicidade de administração direta e indireta, como se a secretaria fosse responsável por cifras da ordem de R$ 800 milhões ou R$ 1,2 bilhão.

Por desinformação, ou má fé, esses números eram apregoados em clara tentativa de manipular a opinião pública para consagrar a tese equivocada de que a publicidade oficial era fonte de movimentação de recursos de forma suspeita e irregular.

A tese é tão absurda porque pressupõe que os veículos de comunicação de massa, aqueles nos quais o Governo Federal (incluindo estatais) coloca maior volume de publicidade, seriam parte de uma estrutura ilegal e irregular de desvio de recursos públicos. Isto porque, da verba de publicidade de qualquer empresa ou entidade, cerca de 70%, ou mais, é justamente destinada à compra de espaço na mídia, ou seja, destina-se à compra de tempo e espaço para inserções de anúncios nos diferentes veículos de comunicação.

Abaixo, um roteiro detalhado sobre a real movimentação financeira de recursos das agências:

♦ A receita que as agências obtêm dos serviços prestados são reguladas pelas Normas-Padrão do Conselho Executivo das Normas-Padrão (Cenp—órgão de auto-regulamentação do

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
0024
Fls. Nº
3406
Doc.

mercado publicitário, composto por veículos de comunicação como: Rede Globo, Band, Editora Abril, O Estado de S.Paulo, Diários Associados e outros, além de agências de publicidade).

♦ Ao ser veiculado um anúncio, a agência recebe 20% de comissão do veículo (conforme as normas do Cenp) e devolve, por contrato, 5% ao órgão ou entidade anunciante (Ministério ou empresa pública). Ou seja, para cada real investido em veiculação, 80% é do veículo (a emissora de TV ou rádio, o jornal, a revista) e 15% é da agência de publicidade. Quem paga a agência é o veículo.

♦ De acordo com as estimativas da equipe técnica da Secom, o fluxo financeiro das agências DNA e SMP&B, tal como divulgado, não tem origem nos investimentos de publicidade do Governo Federal pois os recursos destinados às agências licitadas totalizaram R$ 296 milhões, de 2003 até hoje. Desse montante, cerca de R$ 203 milhões foram alocados em veiculação de mídia, sendo que em torno de R$ 93 milhões foram gastos com produção, o que inclui pagamentos a fornecedores diversos do mercado de comunicação (gráficas, produtoras, promotores de eventos, etc.);

♦ Como remuneração, as agências recebem 15% dos recursos aplicados na veiculação de mídia, o que representa algo da ordem de R$ 30 milhões para as respectivas agências e em torno de 8% dos gastos de produção, o que equivale a R$ 7 milhões.

♦ Assim, a receita bruta das respectivas agências de publicidade, estimada, de 2003 a 2005, proporcionadas pelos contratos com órgãos federais, soma R$ 37 milhões. Parte dessa receita bruta é utilizada pelas empresas de publicidade no pagamento de tributos e custos operacionais (salários, aluguel,, material de arte, etc.);

♦ Especialistas do setor chegam a afirmar que o comprometimento da receita faz com que reste para as agências de publicidade um lucro líquido da ordem 22 % da receita bruta. Admitindo que esse lucro líquido seja da ordem de 50%, chega-se à conclusão de que as empresas DNA e SMP&B teriam tido lucro líquido da ordem de R$ 18,5 milhões desde 2003 (últimos 28 meses), o que resultaria num lucro mensal, para ambas as agências, da ordem de R$ 660 mil. Em suma, estes valores estão muito aquém do que teria movimentado o suposto "esquema do valerioduto".

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 025
Doc. 3406

6. LICITAÇÃO NOS CORREIOS: A POLÊMICA SOBRE PATRIMÔNIO LÍQUIDO

ACUSAÇÃO

Com a alteração do patrimônio líquido, a Secom, ao mexer no edital de licitação dos Correios, favoreceu as empresas de Marcos Valério.

A VERDADE

A Secom não beneficiou ninguém porque o critério patrimônio sequer foi utilizado na licitação dos Correios.

E ao contrário do que tem sido dito de forma equivocada, o critério eliminou, sim, possíveis brechas de favorecimento, pois são poucas as empresas que têm patrimônio de R$ 3 milhões. Ou seja, fixar o patrimônio líquido em R$ 3 milhões, ao invés de ampliar, significaria reduzir o número de concorrentes, portanto, com risco de direcionamento dos resultados da licitação.

Reduzir o patrimônio líquido é uma decisão que obedece a um princípio básico das licitações públicas: assegurar, de forma justa e legítima, o acesso ao maior número de concorrentes. Tal decisão, inclusive, já vinha sendo praticada pelo Governo anterior. Dos contratos hoje vigentes, sejam iniciados no Governo passado, sejam dos licitados neste Governo, não há nenhum caso de patrimônio líquido superior a R$ 2 milhões.

Vale lembrar que não houve, da parte das empresas concorrentes, nenhum recurso ou questionamento sobre o processo licitatório. Todo o processo, acompanhado de perto por todas as concorrentes, não suscitou quaisquer instrumentos ou recursos jurídicos das agências de publicidade no sentido de impugnar, questionar ou revisar resultados.

No debate com os parlamentares no plenário da CPI (em 14/09/2005), o ex-Ministro Gushiken mencionou que, de acordo com o próprio conteúdo do edital dos Correios, concorrentes que apresentaram os índices de liquidez e solvência, exigidos no edital, não precisaram comprovar o patrimônio líquido. Como de fato verificou-se, todas as 55 licitantes foram habilitadas de acordo com os critérios de solvência e liquidez.

Também no debate com os parlamentares foi ressaltado que a Abap e a Fenapro, diversas vezes, enviaram ofícios aos órgãos e entidades estatais responsáveis por licitações para que reduzissem o valor do patrimônio líquido exigido, como forma de assegurar amplo acesso dos concorrentes (anexo 2 – ofício da ABAP sobre patrimônio líquido).

Fica demonstrado, de forma cabal, que o sentido da alteração do valor do patrimônio líquido exigido, para menos, contraria frontalmente a acusação.

Portanto, a acusação é ilógica, para não dizer, estapafúrdia, sendo além de tudo inócua, considerando que o critério sequer precisou ser adotado. Curiosamente, porém, se transformou em um dos pilares acusatórios.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 026
3406
Doc.

Outro ponto central no questionamento do patrimônio líquido foi a interpretação indevida que parlamentares oposicionistas fizeram de relatório preliminar da CGU (de outubro passado) sobre auditoria concluída nos Correios.

Antes mesmo da Secom ter conhecimento, até porque o relatório era fruto de auditoria na empresa Correios, o relatório, nas mãos de membros da CPI, foi interpretado segundo os interesses e a conveniência desses parlamentares. Sem respeitar o conteúdo do documento, o assunto foi apresentado à opinião pública sem qualquer respeito à verdade.

A exploração política indevida de um documento técnico, resultou em manifestação explícita da CGU, que aponta a compreensão equivocada e lamenta as interpretações descabidas a respeito do conteúdo do relatório.

De forma detalhada, este tema será abordado, mais à frente, no tópico 8 - O RELATÓRIO PRELIMINAR DA CGU E A VERSÃO DA OPOSIÇÃO.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls. Nº 027
3406
Doc.

7. LICITAÇÃO NOS CORREIOS: REGRAS DE JULGAMENTO E PONTUAÇÃO

ACUSAÇÃO

A Secom, ao alterar critérios de julgamento no processo de licitação dos Correios, contrariou os próprios normativos da Secom.

A VERDADE - critérios de julgamento

Houve sensacionalismo e divulgação de conclusões que o mencionado relatório da CGU não expressou. Com base no documento de auditores da CGU, membros da CPI apontaram como gravíssima irregularidade a "*alteração de Peso de Critério de Julgamento das Propostas Técnicas, contrariando normativo estabelecido pela SECOM*". Em outras palavras, os Correios teriam sido orientados a descumprir as próprias determinações da SECOM a respeito da matéria.

A acusação central foi a de que o edital conteria como fator de ponderação do quesito "Idéia Criativa" o fator 20, quando a Instrução Normativa n. 7/95 da SECOM estipulava um fator de, no mínimo, 25.

Vale lembrar que o relatório da CGU nem aponta quem teria sido "beneficiado" em relação a esse tema. Não o fizeram por que nenhuma das licitantes que venceram foram beneficiadas por essa regra, distinta daquele constante da Instrução Normativa n. 7/95.

Se a regra fosse distinta (semelhante à que constou da licitação realizada no ano 2000 nos próprios Correios e seguindo o fator de ponderação de Idéia Criativa previsto na IN 7/95), os resultados não seriam alterados.

A razão é simples: as três licitantes que venceram o certame foram aquelas que apresentaram maior pontuação no quesito Idéia Criativa. Logo, se o fator de ponderação fosse de 25 ao invés de 20, essas três licitantes teriam aumentado sua pontuação, aumentando sua distância em relação aos demais licitantes.

Quem se dispuser a fazer uma simulação do resultado da licitação de 2000, com base na de 2003, vai constatar, simplesmente, que a alteração não afetou de modo algum o resultado da licitação, já que as três melhores pontuações totais são as mesmas. O exercício, ao contrário, vai revelar que a nota final das três primeiras colocadas teria sido maior, caso adotado o modelo de 2000. Ou seja, no ano de 2000 venceriam com significativo aumento da diferença em relação às demais licitantes. Na prática, significa dizer que essa alteração de critérios, em 2003, prejudicou a pontuação das três vencedoras.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
028
Fls Nº
Doc. 3406

ACUSAÇÃO

A Secom alterou as regras de pontuação e tornou a licitação dos Correios mais subjetiva e menos transparente, para facilitar a vitória de empresas do sr. Marcos Valério.

A VERDADE - regras de pontuação

A mudança não produziu o suposto impacto no resultado final, como se acusou.

A Secom buscou assegurar maior objetividade na escolha das agências, ao valorizar itens técnicos e adequar os fatores de ponderação. O quesito "idéia criativa", que apresentava anteriormente fator de ponderação 25 no julgamento, passou para 20. O quesito "estratégia comunicativa", item tecnicamente mais relevante do que a proposta criativa, passou do patamar de 65 pontos para 70 pontos.

A mudança foi conseqüência da necessidade de aprimoramento dos instrumentos de avaliação e julgamento, inclusive com o sentido de redução do subjetivismo. Pelo critério anterior, a distância entre as vencedoras e as demais seria ainda maior.

Mais: a Secom tem poder legal de elaborar o modelo do edital, no sentido de garantir as especificações técnicas necessárias ao processo seletivo.

As regras e condições técnicas exigidas pelo edital que regulamenta as licitações de publicidade, no âmbito federal, são amplamente reconhecidas pelo mercado e pelos agentes públicos. O modelo elaborado pela Secom tem sido adotado em processos de concorrência de outras esferas da administração pública, como por exemplo, a prefeitura de São Paulo, na atual gestão.

De certa forma, o proceder da Comissão de Licitações seguiu aquilo que historicamente vinha sendo feito, com a concordância dos órgãos de controle (caso não só da CGU) como do próprio TCU, que nunca censurara, no passado, idêntico procedimento.

Foi alegado, ainda, que várias empresas desclassificadas na licitação dos Correios prestam serviços ao Governo Federal. Com isso, insinua-se que não há critério no julgamento das propostas.

Nesse ponto, ressaltam-se os esclarecimentos já dados pelos Correios, mas vale acrescentar que a cada licitação é apresentado tema sobre o qual os licitantes devem desenvolver proposta. Cada licitação apresenta especificidades. Não se pode censurar o resultado de um concurso público por ter aprovado concorrentes que haviam sido desclassificados em outros, por exemplo.

As falsas denúncias, ou mesmo críticas referentes ao subjetivismo na avaliação de trabalhos de comunicação publicitária são prisioneiras de um paradoxo: ora se pede a uniformidade, quando ela seria impossível; ora, quando seria possível e desejável, afirma-se que não poderia existir.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
029
Fls Nº
3406
Doc.

8. O RELATÓRIO PRELIMINAR DA CGU E A VERSÃO DA OPOSIÇÃO

ACUSAÇÃO

O próprio relatório da CGU, um órgão de Governo, apontou graves irregularidades praticadas pela Secom.

A VERDADE

No dia 5 de novembro passado, diversos órgãos de imprensa noticiaram que relatório da Controladoria Geral da União (CGU) "revelou que a Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica (Secom) interferiu indevidamente na licitação dos Correios, que em 2003 contratou a agência de public idade SMP&B, do empresário Marcos Valério de Souza". Segundo registra o *Globo*, "o documento produzido pelos auditores da CGU complica a situação do então ministro Luiz Gushiken e indica que a agência de Valério pode ter sido favorecida pela interferência da Secom. Num dos trechos do relatório, os auditores da CGU condenam autorização dada pela Secom para a redução da pontuação do critério "idéia criativa" de 20 para 25 pontos. Segundo a auditoria, a mudança, mesmo que com o "de acordo" do então chefe da Secom, Luiz Gushiken, não poderia ter sido feita, pois contraria uma instrução normativa da própria secretaria."

Tão logo o relatório da CGU chegou à opinião pública, de forma equivocada, o ex-ministro Gushiken e o atual titular da Secom procuraram, junto àquele órgão fiscalizador, esclarecimentos sobre as informações veiculadas na mídia.

A resposta, datada em 25 de novembro de 2005, veio por meio de documento assinado pelo Ministro Waldir Pires, titular da CGU. No ofício, a CGU desfaz a interpretação equivocada que a mídia e parlamentares endossaram quando foi divulgado o relatório daquele órgão fiscalizador.

O documento informa, ao Ministro Gushiken e á Subsecretaria de Comunicação Institucional, que as constatações referentes à Secom são de natureza de impropriedades meramente formais, sem que tenham causado prejuízo aos cofres públicos (anexo 3 – ofício da CGU para o ex-ministro Gushiken).

De forma ainda mais contundente, o Ministro Waldir Pires afirma que:

"somente mesmo a exploração de caráter político-partidária (...) pode explicar o destaque que veio a ser a elas atribuído nos meios de comunicação".

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls. Nº 0306
Doc.

A CGU comprovou, ainda, segundo documento assinado pelo Ministro Waldir Pires, que não houve desvio de recursos públicos. As ocorrências do relatório – destinado a examinar a licitação de agências de publicidade para os Correios – são de natureza meramente formais e administrativas, como registra o ofício de 25/11/2005 (33705/2005/CGU-PR):

"No que respeita ao conteúdo do relatório, por sua vez, fica claro que apenas duas observações são nele feitas com referência à atuação da SECOM; e, registre-se, desde logo, estão longe de constituir-se nos pontos de maior relevância, visto que se trata, em ambos os casos, de impropriedade meramente formais, e que, por isso mesmo, não importaram em recomendações de apuração de responsabilidades ou prejuízos aos cofres públicos. Somente mesmo a exploração de caráter político-partidário a que se referiu Vossa Excelência, pode explicar o destaque que veio a ser a elas atribuído nos meios de comunicação".

Nota técnica (1316/2005/DICOM/DI/SFC/CGU-PR), também da CGU, de 18/11/2005, assinado pelos auditores Alzira Ester Angeli, Lucimar Cevallos Mijan e Marcos Luiz Manzochi), ao se posicionar sobre as manifestações da Secom, que questionava impropriedades no relatório parcial da Auditoria número 20, (item 9.1 que trata de alterações nos critérios dos editais de licitação, por meio de ofício, e não por meio de nova instrução normativa) explica textualmente: (anexo 3 - ofício da CGU para o ex-ministro Gushiken - Nota Técnica sobre o relatório)

"Cumpre registrar que, embora esta CGU tenha utilizado, no Relatório, a expressão "irregular", ao referir-se a essa alteração, o sentido da expressão foi o de alteração indevida, imprópria, porquanto em discordância a normativo. Não se evidenciou, a partir de tal alteração, a prática de uma "irregularidade", esta no sentido técnico do termo, no âmbito da Auditoria Governamental, ou seja, a existência de fraude, desvio, dolo, ato de improbidade ou outra ocorrência grave de que resultasse prejuízo ao erário ou vantagem ilícita.

Caso tivesse sido configurada irregularidade propriamente dita no ato administrativo praticado, teria havido, necessariamente, a recomendação de imediata apuração de responsabilidades para fins de aplicação das penalidades administrativas disciplinares cabíveis, bem como a comunicação aos órgãos competentes para as ações penais e civis cabíveis".

Em outro trecho do documento, ao responder ponderação da Secom de que a alteração dos quesitos do edital não produziu efeitos concretos no resultado final, os auditores afirmam:

"... durante os trabalhos de auditoria a equipe realizou todos os exames e análises necessários, os quais demonstraram que a impropriedade apontada não resultou em irregularidades, haja vista que não houve, neste aspecto, favorecimento a qualquer das licitantes, não cabendo, portanto, registros sobre as conseqüências técnico-jurídicas de tal alteração".

Também em relação às exigências de patrimônio líquido, a auditoria da CGU registra:

"Ressalte-se, mais uma vez que, caso houvesse sido constatada a irregularidade dos atos, a auditoria teria recomendado a apuração de responsabilidades e, não, simplesmente, apontando medidas que entendeu devessem ser observadas em licitações futuras".

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
031
Fls Nº
3406
Doc.

Ainda que a oposição distorça as observações da CGU, ao retomar esse debate, vale repetir:

a)como amplamente esclarecido, nem a empresa SMP&B nem nenhuma das outras empresas apresentaram índices de liquidez e de solvência abaixo do exigido.

b) dar destaque, portanto, a uma regra que não foi aplicada no certame, afirmando que "*poderia ter beneficiado*" um licitante, não tem respaldo nos fatos.

c) a mesma CGU, no relatório, registra ferrenha crítica à regra do patrimônio líquido como uma segunda chance aos licitantes que não apresentem índices de liquidez satisfatórios. Entende ela, portanto, que é necessário que se dê ênfase aos índices de liquidez e solvência, sem essa segunda chance.

d) sobre a fixação do valor de R$ 1,8 milhão de patrimônio líquido, é oportuno lembrar a manifestação dos Correios sobre esse ponto: o valor anterior contrariava a Lei Federal 8.666/93 ao estipular valor superior ao estabelecido nos parágrafos 2º. e 3º. do Artigo 31 dessa lei.

e) ainda que o edital não sofresse qualquer alteração, todas as empresas que foram habilitadas o seriam, mesmo as três empresas citadas.

f) A exigência do Patrimônio Líquido como condição secundária permite habilitar os licitantes que seriam inabilitados caso qualquer de seus indicadores de balanço – índice de liquidez e índice de solvência – fosse inferior ao exigido no edital.

g) além desse aspecto, é importante deixar claro que em nenhuma das licitações de publicidade realizadas no atual Governo, ou na administração anterior, houve exigência de patrimônio líquido com valor superior a R$ 2 milhões.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 032
Doc 3406

9. AS INCONSISTÊNCIAS DO RELATÓRIO PRELIMINAR DO TCU

ACUSAÇÃO

O TCU detectou graves irregularidades como pagamentos por serviços não autorizados, ou sem comprovação, e pagamentos de serviços com sobrepreço.

A VERDADE - serviços sem comprovação

Neste tópico vale registrar a máxima de que uma mentira, ao ser repetida mil vezes, ganha ares de verdade.

No dia 22 de outubro passado, com grande destaque, a imprensa alardeou resultados de auditoria realizada pelo TCU na Secom. De acordo com a auditoria, falhas em procedimentos internos teriam gerado a surpreendente cifra de R$ 15 milhões de prejuízo.

A versão que a imprensa aceitou estava contaminada de erros de avaliação e imprecisões, além de ter sido um documento que a própria Secom somente teve acesso e conhecimento pelo noticiário.

Assim, como em outras ocasiões, parlamentares oposicionistas se apropriaram de trechos do referido relatório a seu bel-prazer e conveniência. Ao repercutirem o documento, fixaram, junto à imprensa, presunções, ilações, suposições e não fatos de ocorrência real.

Todos os serviços contratados foram prestados e há comprovação efetiva de entrega do material impresso (notas fiscais, notas fiscais de simples remessa, protocolo de entrega, recibos de entrega e conhecimentos de transporte). Parte desse volume de comprovantes não estava nos arquivos da Secom quando o TCU realizou a auditoria e sim arquivados nas agências de publicidade, gráficas e entidades que se dispuseram a distribuir o material, sem ônus para os cofres públicos.

Na data em que foi concluído o relatório, o TCU não contava com toda a documentação comprobatória, uma vez que a distribuição de material impresso é feita de forma descentralizada (alternativa mais econômica do que manter a totalidade da distribuição via Brasília).

Foram objeto de questionamento os seguintes materiais: Balanço: 6 meses de Governo; Balanço: 12 meses de Governo; Balanço: 18 meses; Encarte do Boletim Em Questão; Balanço: 24 meses de Governo.

A distribuição obedecia ao seguinte processo de trabalho:

a) a Secom indicava às agências de propaganda responsáveis pelas ações de comunicação (folhetos, cartazes, revistas, etc.) o destino final do material produzido, para qualquer ponto do território nacional.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls. Nº 033
3406
Doc.

b) as agências de propaganda, em seguida, informavam às gráficas o local efetivo da entrega.

Portanto, nem toda a documentação de remessa comprobatória do transporte de material gráfico contratado encontrava-se na Secom (em Brasília), mas sim junto às agências de propaganda, gráficas e outras instituições que se dispuseram a distribuir material impresso.

O TCU considerou que tais rotinas dariam margem à liquidação (pagamentos) anteriores à entrega. Além disso, ao não encontrar toda a documentação nos arquivos da Secom, em Brasília, a auditoria do TCU presumiu que o pior teria acontecido, ou seja, presumiu a não execução dos serviços.

Após a divulgação do relatório preliminar, a Secom já reuniu e encaminhou, ao TCU, os respectivos documentos comprobatórios.

A VERDADE - sobrepreço

Quanto à suposição de sobrepreço, ao examinar o custo é necessário adotar parâmetros que permitam a comparação adequada. A auditoria fez uma pesquisa de mercado sem considerar as condições específicas da conjuntura onde efetivamente o serviço foi contratado.

Assim, não levou em conta circunstâncias de mercado fundamentais, como a defasagem cambial (o dólar, moeda referência de custos de muitos insumos gráficos, caiu significativamente na comparação entre os dois períodos).

Não dimensionou, ainda, outras variáveis como a capacitação técnica, o porte dos parques gráficos, a época da contratação (fim de ano e período eleitoral, com pressões fortes sobre o custo). Não incluiu, ainda, que o serviço incluiu mão-de-obra e processos técnicos de manuseio de CDs e inserção de encartes. A Secom sempre se pautou pelas boas práticas da administração pública e pelo zelo aos recursos públicos.

O TCU, sem informar qual a fonte e a base utilizada para construir sua cotação, presumiu que os preços praticados pela Secom estavam acima dos padrões de mercado.

Nas cotações levantadas pelo Tribunal certamente não foram considerados os seguintes pontos:

a) capacitação técnica das gráficas (as empresas contratadas pelas agências de propaganda estão entre as que fornecem padrão de de excelência e qualidade compatíveis com as demandas de comunicação);

b) preço do papel e de insumos que acompanham a cotação do dólar (para exemplificar: em 15.12.2003, o US$ estava cotado a R$ 2,92; em 30.09.2005, a R$ 2,22; e em 14.02.2006 estava cotado a R$ 2,14). A cotação, portanto, precisa ser correspondente aos custos praticados na época da contratação dos serviços.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls 3406 0034
Doc.

c) sazonalidade e urgência da entrega, fatores que acarretam aumento de custos. Quando está aquecida a demanda por trabalho das gráficas e há pressões dos prazos (exigência de horas extras, etc.), elevam-se os custos.

d) custo de manuseio de livretos e revistas, uma vez que não se trata apenas de custo de impressão, mas também de encartar milhares de boletins nas revistas e material de balanço.

e) da mesma forma que o item anterior, acrescentar, ainda, custos referentes ao manuseio de encarte de CDs nas revistas.

No documento enviado ao TCU, assinado pelo atual titular da pasta, Luiz Tadeu Rigo, a Secom manifesta ter oferecido todos os subsídios para que a Corte pudesse se convencer "de que não restam mais indícios de danos ao erário nem irregularidades graves" nos processos e rotinas auditados (anexo 4 – ofício da Secom ao TCU).

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 035
3406
Doc.

10. A RELAÇÃO COM FUNDOS DE PENSÃO

ACUSAÇÃO

O ex-ministro Gushiken interferia indevidamente nos fundos de pensão, orientando sobre investimentos e tinha comando sobre todos os dirigentes das entidades.

A VERDADE

O Ministro Gushiken não participa de nenhum conselho de administração de empresas, sejam pertencentes à União, sejam aquelas que tenham membros indicados pelos fundos de pensão.

Lidou com o tema – previdência complementar – quando era deputado e depois como profissional.

Nesse período da CPI foi particularmente agredido com toda sorte de insinuações equivocadas que buscaram apontar desvios na sua conduta de homem público e atingir sua reputação.

Os bancários o elegeram deputado três vezes e esse reconhecimento, entre outros, está relacionado à militância na regulamentação dos fundos em defesa dos contribuintes.

Foi vítima de espionagem ilegal, crime que está sob investigação pela Polícia Federal, uma vez que foi identificado, pelo grupo Opportunity, como representante do Governo que defendia os fundos de pensão, no episódio que foi classificado como "a maior disputa societária do capitalismo brasileiro". Trata-se do conflito que envolve setor econômico estratégico e negócios na casa dos R$ 16 bilhões, no qual os principais fundos lutaram para restabelecer direitos usurpados pelo grupo Opportunity.

Na CPI deixou claro que legitimamente, como membro de Governo, se for instado, acompanhará a questão dentro do princípio de preservar direitos dos trabalhadores, provedores de recursos para os fundos, uma vez que quaisquer decisões de investimentos e de aplicação de recursos precisam se submeter à lógica de dar retorno ao patrimônio construído e mantido pelos trabalhadores associados dos fundos de pensão.

Em julho de 2005, o então ministro-chefe da Secretaria de Comunicação e Gestão Estratégica, veio a público e deixou claro o quanto fantasiosa e infundada é a informação de que teria comando sobre os fundos de pensão:

"È inadmissível que minha experiência sindical e em temas de previdência complementar esteja sendo usada de forma irresponsável por aqueles que semeiam boatos e versões fantasiosas."

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
036
Fls Nº
Doc. 3406

O ex-ministro esclareceu ainda:

"os fundos de pensão, entidades fechadas de direito privado de previdência complementar, obedecem a marcos regulatórios específicos e estão submetidas a amplo leque de instituições de fiscalização e de controle (Conselhos Deliberativo, Fiscal, resoluções do Conselho Monetário Nacional que disciplinam a gerência e aplicação dos recursos, etc.)";

"as decisões dos fundos de pensão são colegiadas e observam normas de competência e de alçada estabelecidas por regimentos internos";

"a fiscalização é feita por auditores das empresas e da Secretaria de Políticas de Previdência Complementar, órgão vinculado ao Ministério da Previdência Social;"

Sobre o episódio que envolve a disputa societária entre o grupo Opportunity e outros investidores – episódio no qual é citado de forma recorrente novamente enfatizou:

"Reitero minha posição de esclarecer que a decisão foi tomada por um conjunto de investidores – BNDES e outros fundos de pensão – dentro de um processo complexo do qual não tive qualquer participação. Mas quero deixar claro também que considero legítimo que os fundos de previdência complementar exerçam plenamente os direitos de controle dos associados sobre os recursos por eles administrados".

Lamento, nesse momento de oportunidade para o aperfeiçoamento das instituições democráticas, o cenário seja tumultuado por inverdades e por denúncias inconsistentes com o único intuito de atingir irresponsavelmente a reputação de homens públicos para tirar o foco das investigações em curso pelos órgãos competentes".

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls. Nº 037
Doc. 3406

11. A RELAÇÃO COM GLOBALPREV

ACUSAÇÃO

Ex-empresa de Gushiken obteve contratos de fundos de pensão e chegou a aumentar seu faturamento em cerca de 600%. A Prefeitura de Indaiatuba, no primeiro momento, deu lastro para essa informação. Insinuou-se que o ex-ministro estava ligado à empresa pelo fato da sede da Globalprev funcionar na antiga residência do ex-ministro, em Indaiatuba (SP).

A VERDADE

Essa é outra questão que foi totalmente distorcida. O Ministro foi sócio proprietário da Gushiken & Associados Ltda, com sede em Indaiatuba (SP) e da qual se desligou em 30 de outubro de 2002.

A Globalprev, empresa sucessora, continuou funcionando no mesmo imóvel no qual funcionava a Gushiken & Associados, local que nos seis anos anteriores serviu de residência para o ex-ministro. O imóvel alugado pertence à esposa do ministro, o que não apresenta nada de irregular. Para uso desse imóvel, a Gushiken & Associados pagava aluguel à proprietária, procedimento idêntico hoje é feito pela Globalprev.

Em relação ao crescimento da Globalprev no governo Lula também existe uma grande desinformação e manipulação. As informações divulgadas pela imprensa foram baseadas em dados incorretos fornecidos pela Prefeitura Municipal de Indaiatuba. A própria prefeitura já retificou esses dados. Em ofício datado de 11 de julho de 2005, registra (anexo 5 – ofício da Prefeitura de Indaiatuba sobre Globalprev):

"lamentamos que as informações falsas tenham prejudicado diretamente o Exmo. Sr. Ministro Luiz Gushiken".

Entretanto, àquela altura, os números errados já haviam sido utilizados pela oposição e reproduzidos em diversos órgãos de imprensa na suposição de credibilidade daquela Prefeitura.

Com base nos dados iniciais da Prefeitura a mídia publicou que o crescimento da empresa chegou a 600%, quando, na verdade, foi de 63%, de 2002 para 2003, e de 88%, de 2003 para 2004, quando Gushiken não estava mais nela. Os especialistas apontam que esse é um crescimento perfeitamente normal para uma empresa que atua no ramo de cálculo atuarial e detém apenas 0,9% do mercado.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - - CORREIOS
Fls Nº 038
Doc. 3406

O maior crescimento da empresa foi de 811%, no período de 1999 a 2000, quando Gushiken esteve diretamente à frente, como demonstram os números da tabela abaixo:

FATURAMENTO DA GLOBALPREV(*)			
Exercício	**Faturamento (R$)**	**Variação Absoluta. (R$)**	**Variação Relativa**
1999**	**48.516,83**	**-**	**-**
2000	**442.105,00**	**393.588,17**	**811,24%**
2001	**738.522,49**	**296.417,49**	**67,05%**
2002	**645.166,81**	**-93.355,68**	**-12,64%**
2003	**1.051.609,59**	**406.442,78**	**63,00%**
2004	**1.974.581,55**	**922.971,96**	**87,77%**

(*) nota para a imprensa, de 4 de julho de 2005, assinada pelo sócio e administrador da Globalprev, sr. Wanderley José de Freitas)

(**) a partir do mês de agosto

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 039
Doc. 3406

12. A RELAÇÃO COM A EDITORA PONTO DE VISTA

ACUSAÇÃO

A revista Investidor Institucional, do cunhado de Gushiken, recebeu verba de publicidade no atual governo e aumentou a participação de anúncios de empresas estatais na publicação.

A VERDADE

A imprensa registrou como "denúncia" o fato da empresa Ponto de Vista Editorial, responsável por 4 publicações especializadas, e que pertence a um cunhado do ex-ministro Luiz Gushiken, receber anúncios de publicidade de empresas estatais.

Não foi informado que a empresa edita, há mais de 10 anos, revistas especializadas. Com atuação em nichos de mercado e segmentos de público, a editora obteve inserções publicitárias de empresas estatais muito antes do atual Governo. Da mesma forma, o relacionamento comercial-institucional com anunciantes estatais, de forma absolutamente legal, já estava consolidado.

Vale dizer que, no exercício da função de Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica, Gushiken recebeu em audiência lideranças dos meios de comunicação, empresários da mídia e entidades representativas que, legitimamente, apresentaram demandas por investimentos publicitários, com base no desempenho dos diversos segmentos da área de comunicação.

Relativamente à *Editora Ponto de Vista*, no entanto, o ex-ministro esclareceu, de forma pública, para a imprensa (30/06/2005) e para os membros da CPI (depoimento de 09/09/2005), *"que ao longo da minha gestão, não recebi em audiência e não mantive reuniões com seus representantes ou proprietários. Nem mesmo no âmbito pessoal, nunca recebi qualquer solicitação dessa empresa. Minha conduta tem sido orientada pela vigilância estrita ao princípio ético-legal de não submeter a atividade pública a interesses privados. Assim, não solicitei, não acompanhei, não interferi, não influi e não tive conhecimento sobre decisão de entidades governamentais de veicular anúncios nas publicações da mencionada editora".*

É importante também ressaltar que a Secom, cuja gestão estava sob comando direto do ex-ministro, nunca alocou recursos publicitários à Editora Ponto de Vista.

No dia 28 de junho de 2005, a Editora Ponto de Vista enviou carta aos jornais, com esclarecimentos sobre a questão.

De acordo com Luis Leonel, diretor e editor daquela empresa, "as revistas são publicações consolidadas, com forte penetração em nichos específicos de mercado e existência anterior ao governo Lula. Investidor Institucional, que está em seu 10º ano, é líder no segmento de finanças profissionais; Investidor Individual, que está no seu 4º ano, é a única voltada para o segmento de pessoas físicas; Energia & Mercados, que também está em seu 4º ano, é a segunda

ROS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 040
3406
Doc.

mais importante do mercado de eletricidade, petróleo e gás. Gestão Médica, que surgiu este ano e está apenas em seu terceiro número, é a única a cobrir a área de gestão de empresas médicas e planos de saúde".

Explicou, ainda, que "os anúncios das estatais veiculados nas nossas revistas são parte de campanhas realizadas pelas empresas em questão, tendo sido publicados na maior parte das revistas e jornais que tinham adequação para tal, como é o caso das nossas revistas. A participação das estatais em nossas revistas deve-se a quatro fatores: a importância da revista Investidor Institucional no nicho de mercado de finanças profissionais; b) a maturação dos projetos de Investidor Individual e Energia & Mercados, que em 2002 entraram em seu segundo ano de vida, o que lhes deu maior credibilidade para serem incluídas nos planejamentos das agências de publicidade; c) o setor em que atua Energia & Mercados tem forte presença de empresas estatais, tanto na área de petróleo quanto de eletricidade, e a composição da sua carteira de publicidade reflete esse fato; d) no setor em que atua Investidor Individual, a Caixa e o Banco do Brasil são importantes *players*, e é lógico que veiculem publicidade na única revista de finanças pessoais do mercado".

Ainda sobre a presença de anúncios de estatais, a Editora acrescentou dois outros fatores: "a) o desaparecimento de várias instituições financeiras privadas no período analisado, marcado por fusões, aquisições ou simples fechamento de empresas como Liberal Asset Management, Dresdner Asset Management, JP Morgan Asset Management, BBA Asset Management e Santos Asset Management (todas nossas clientes até 2002), o que resultou num aumento automático da participação relativa dos bancos estatais na nossa publicidade; b) a volta do crescimento da economia a partir de 2003, com aumento das verbas de publicidade em geral".

Ao encerrar a nota oficial, o Diretor registra seu repúdio sobre "qualquer especulação no sentido de vincular as vendas de publicidade de nossa editora à minha relação de parentesco com o Ministro da Secretaria de Comunicação de Governo, Luiz Gushiken. As negociações de nossa editora com as estatais ocorrem muito antes do governo Lula e sempre foram feitas dentro da maior lisura, seguindo os trâmites legais, com propostas sendo enviadas às agências de publicidade responsáveis e sem qualquer envolvimento do ministro Gushiken".

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 041
3406
Doc.

ACUSAÇÃO

X

A VERDADE

A Secom não foi fonte de recursos para o chamado "valerioduto" e não há quaisquer atos praticados pela Secom que possam desabonar seus servidores e gestores.

As decisões e atos de gestão sempre foram pautadas pela correção e pelo respeito aos princípios de conduta da administração pública.

É de lastimar, portanto, a tentativa de manipular a opinião pública com calúnias, insinuações irresponsáveis e acusações levianas, sem qualquer fundo de verdade.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
042
Fls Nº
3406
Doc.

ÍNDICE DOS ANEXOS

01. Ofício do Banco do Brasil sobre Visanet / Secom - pg 32

02. Ofício da ABAP sobre patrimônio líquido - pg 34

03. Ofício da CGU para o ex-ministro Gushiken - pg 37

04. Ofício da Secom ao TCU - pg 42

05. Ofício da Prefeitura de Indaiatuba sobre Globalprev - pg 47

X

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
043
Fls nº
3406
Doc.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
SECRETARIA-GERAL
SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

OFÍCIO Nº 952 SECOM/SG-PR

Brasília, 21 de novembro de 2005.

A Sua Excelência o Senhor
LUIZ GUSHIKEN
Chefe do Núcleo de Assuntos Estratégico da Presidência da República
SCN Qd. 02 – Bloco "A" Sala 1102/03
70712-900 – Brasília - DF

Assunto: **Esclarecimentos – Banco do Brasil**.

Senhor Chefe,

Encaminho a Vossa Excelência cópia da correspondência n° 2005/4332, expedida pela Diretoria de Marketing e Comunicação do Banco do Brasil, que esclarece as relações funcionais entre a SECOM e aquele Banco, no que se refere à aplicação de recursos em publicidade.

Atenciosamente,

LUIZ TADEU RIGO
Subsecretário de Comunicação Institucional, interino

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 3406
Doc.

BANCO DO BRASIL *00170.002145/2005-1*

Diretoria de Marketing e Comunicação - 2005/4332 Brasília (DF), 17 de novembro de 2005.

À SECOM - Subsecretaria de Comunicação Institucional Brasília (DF)

Senhor Subsecretário,

Em resposta ao seu Ofício n° 939, de 16.11.2005, referente a informações, acerca das ações publicitárias das empresas Visanet, Brasilveículos e Brasilcap, à vista de matéria publicada na revista "IstoÉ Dinheiro", reproduzimos seus questionamentos, com a posição do Banco do Brasil logo abaixo:

1. se a Secom, em qualquer momento, expediu orientação, sugestão ou recomendação, concernentes ao atendimento a tais empresas por agências de publicidade;

Não consta em nossos registros qualquer orientação, sugestão ou recomendação, por parte dessa Subsecretaria, no que tange ao atendimento de suas contas publicitárias;

2. se a Secom, em qualquer momento, expediu orientação, sugestão ou recomendação sobre adiantamento financeiro à agência de publicidade DNA ou a outras agências contratadas pelo Banco do Brasil ou pelas referidas empresas;

Desconhecemos qualquer orientação, sugestão ou recomendação formal sobre o adiantamento financeiro a agências de propaganda contratadas pelo Banco,expedidas por essa Subsecretaria;

3. se essa Diretoria alguma vez encaminhou à Secom campanhas de publicidade que não fossem as realizadas em nome do próprio Banco do Brasil.

Segundo parecer da Diretoria Jurídica do Banco do Brasil, "ações realizadas com verba proveniente da Visanet não estão sujeitas a qualquer dispositivo da MP n° 259". No entanto, algumas ações de comunicação realizadas pelo BB com verba Visanet, notadamente as de divulgação do cartão Ourocard, foram submetidas à essa Secom, de forma a serem computados os investimentos em mídia sem, no entanto, revelar a origem dos recursos.

Atenciosamente,

Paulo Rogério Caffarelli
Diretor

Yole Maria de Mendonça
Gerente Executiva

Antonio Carlos Correia
Gerente Executivo

Carlos Alberto Barretto de Carvalho
Gerente Executivo

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 045
Doc. 3406

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

São Paulo, 11 de março de 2001.

À
Caixa Econópinica Federal Comissâo.Permanente de Licitação
At,: Dra. Ana Maria Marques de Almeida Presidente da Cornissão
SBS- quadra 04 Lotes 3 / 4 - 2 0 ' 70092-900 - Brasilia DFÁ'

Ref.: Edital de Licitação para Contratação de Serviços Publicitários

Prezados senhores,

Na condição de entidade representativa da categoria das Agências de Propaganda em âmbito nacional e no intuito de colaborar com o Poder Público no sentido de ampliar a possibilidade de escolha dessas empresas publicitárias para a prestação de serviços de comunicação, vem a ABAP - Associação Brasileira de Agências de Publicidade à presença de V. Sas. para expor, ponderar e solicitar o que segue.

Na leitura do Edital de Licitação à epígrafe, constatamos que dentre as condições para impostas para a qualificação e habilitação das Agências de Propaganda para prestação futura de serviços a essa empresa, estas deverão apresentar (em relação à Qualificação, Econômico Financeira) dados que comprovem a sua boa situação financeira, apresentando índice de Solvência igual ou superior a 01 (um), calculado e demonstrado através de fórmula que o edital indica.

Outrossim, além de outras exigências (todas absolutamente criteriosas, a nosso ver) há duas que, todavia, não levam em consideração peculiaridades das Agências de Propaganda e da atividade publicitária. Essas exigências são as que estão indicadas nos subitens 2.4.2.2 e 2.4.2.3, quais seja:

a) deve haver a demonstração e comprovação de que a Agência possui patrimônio liquido mínimo de R$3.300.000,00 (três milhões e trezentos mil reais);

b) a qualificação técnica será comprovada mediante a apresentação, pela licitantes de três atestados fornecidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado que comprovem ter a agência cumprido, de forma satisfatória, os serviços de publicidade a clientes que tenham investido, na vigência do contrato, urn montante anual não inferior a R$5.000.000,00 (cinco milhões de reais) em veiculação publicitária.

Além disso, como veremos à frente, dentre as regras de remuneração a serem praticadas pela CEF em relação às Agências que vierem a contratar, está a de que "Produção de material que será veiculado" não implicará no pagamento de nenhum valor e, portanto, a Agência estaria trabalhando gratuitamente nesse item.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 0046
3406
Doc.

Como é sabido, as Agências de Propaganda são empresas prestadoras de serviço basicamente intelectual, já que a receita por ela gerada decorre fundamentalmente de sua equipe humana e não do valor de seu patrimônio líquido, até porque os lucros gerados por essa equipe são regularmente distribuídos aos seus sócios quotistas e acionistas e, conseqüentemente o patrimônio líquido constante nos balanços nem sempre é significativo.

Patrimônio líquido de R$3.300.000,00 (três milhões e trezentos mil reais) é, data vênia, muito mais factível para empresas não prestadoras de serviço e que exigem ativo permanente significativo para gerar receitas, o que não é o caso das Agências de Propaganda,

Dessa forma, a manutenção da exigência de apresentação, pelas Agências, do Patrimônío Líquido do valor supra implica na redução substancial de participação de Agências de Propaganda no certame licitatorio, reduzindo também, como consequência, a opção da Caixa Econômica Federal na escolha das melhores Agências de Propaganda para seu atendimento publicitário e, com isso, implicando no estabelecimento de cláusula restritiva, frustrando, de certa forma, o caráter competitivo da licitação.

Malgrado possa parecer que esse subitem esteja amparado pelo parágrrafo 3° do art. 31 da Lei 8.666, certo é que na licitação de serviços publicitários jamais é imposta tal exigência, que frustra totalmente a participação de Agências de Propaganda, mesmo consideradas ``grandes" e privilegia, sobremaneira, pouquíssimas agências de propaganda.

Num universo de duas mil e quinhentas agências de propaganda (calculadas como existentes no Brasil), menos de uma dezena de agências são possuidoras de um patrimônio líquido, tal corno exigido pelo edital ora questionado.

Por outro lado, tendo em vista a peculiaridade das atividades publicitárias, onde a Agência será um dos prestadores de serviços, através da qual a contratação de Veiculação (que consumirá a maior parte da verba publicitária fixada, ou seja, de aproximadamente 80% dela) será, efetivada, bem como através da qual também a contratação de fornecedores de Serviços Auxiliares de Propaganda (tais como Produtoras cinematográficas, de Som, Artistas, Fotógrafos, Gráficas, etc) será feita e que também, consumirá aproximadamente mais 15% da verba total, o valor da prestação de serviços da Agência consumirá não mais do que 5% da verbal total (lembrando-se também que a maior parte da remuneração da Agência é paga pelos Veículos de Comunicação, nos termos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, da Lei 4.680/65 e do Decreto n. 57.690/66).

Portanto, a Agência não é a destinatária final da verba publicitária, mas sim mera intermediária na contratação dos destinatários, pelo que não será ela quem deverá ter um patrimônio líquido tão exuberante quanto o exibido, para garantir o Poder Público contratante.

Claro está que a imposição às Agências participantes da licitação de possuírem patrimônio líquido mínimo de R$3.300.000,00 não é consentâneo com a realidade das Agências e muito menos com a realidade do mercado publicitário.

É de se ressaltar que a Lei 8.666, no que tange à qualificação econômico-financeira (assim como técnica) e na concretizaçãoi dos comandos genéricos, com a determinação dos exatos documentos a apresentar, enseja um trabalho de apreciação fática, além de um juízo discricionário, onde, nos limites implícitos da competência administrativa estão os princípios da igualdade, finalidade, razoabilidade e proporcionalidade.

Em razão dos direitos autorais sobre tais trabalhos, bem como pelo estudo e recomendação dos melhores fornecedores e ainda pelo acompanhamento dos trabalhos destes últimos., a Agência deve ser remunerada em 15% sobre o custo desses fornecimentos realizados por terceiros.

Abre-se exceção tão só quando o trabalho da Agência se cinge à intermediação na escolha do fornecedor e acompanha o desenvolvimento de seu trabalho, mas sem criar qualquer material publicitário. Neste último caso, a Agência será remunerada por valor equivalente de 5% a 10% sobre o custo do fornecedor.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
047
Fls Nº
3406
Doc.

Fora dessas condições, a remuneração da Agência não pode não pode ser reduzida.

Por outro lado, argumentar-se que a Agência já será remunerada pelo "desconto de Agência", que lhe será pago pelo Veículo, é pretender obter um trabalho de forma gratuita, transferindo o encargo de remunerá-la, a terceiro, o que é ilegítimo e antiético.

Aliás, o Decreto n. 57.690/66 que regulamenta a Lei 4.680/65, bem corno o Código de Ética dos Profissionais da Propaganda estabelecem que nenhum trabalho publicitário poderá ser realizado de forma gratuita, a não ser quando o destinatário desse trabalho seja entidade filantrópica e que não tenha condições de remunerar sua execução.

Outrossim, o art. 44, parágrafo 30 da Lei 8,666 impede que propostas de custos zero ou simbólicos:

`Não se admitirá proposta que apresente preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor Zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos, ..."

Ora, "preços de mercado" são os preços (ou percentuais de remuneração) estabelecidos pelas Normas-Padrão da Aividade Publicitária, as quais fixam em 15% o valor da remuneração da Agência, nos trabalhos de produção.

Assim sendo, o item 29 do edital é de notória ilegalidade.

Dessa forma, é imprescindível que V. Sas. adequem os itens ora ressalvados, de forma a atender as disposições legais e convencionais, evitando-se assim eventual questionamento judicial que possa ocorrer, frustrando o procedimento licitatório, o que será indesejável não só para a CEF como também para o mercado publicitário.

Insistimos que estas considerações são feitas no intuito, exclusivo, de colaborar com o Poder Público.

Certos de podermos contar com atendimento de V.Sas., aproveitamos também para colocar esta entidade à disposição dessa entidade.

Atenciosamente,

Paulo Gomes de Oliveira Filho
Consultor Jurídico da
ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 048
3406
Doc.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
CONTROLADORIA GERAL DA UNIÃO

OFÍCIO n.° 33205 **/2005/CGU-PR**

Em 25 de novembro de 2005.

Ao Excelentíssimo Senhor

LUIZ GUSIIIKEN

Chefe do Núcleo de Assuntos Estratégicos

Presidência da República Brasília / DF

Senhor Chefe do Núcleo de Assuntos Estratégicos da Presidência da República,

Cumprimento-o com o maior apreço e me refiro à carta que me enviou, datada de 9 de novembro último, quando me encontrava fora de Brasília e também do exercício de minhas atuais funções. Recebi-a e a examinei com a melhor atenção, não apenas pela relevância das preocupações nela externadas como, sobretudo, pela consideração que sempre dediquei a V.Exa. e à sua trajetória de vida pública.

Soube, em seguida, que dera entrada em nosso protocolo, oficio da Subsecretaria de Comunicação Institucional, subscrito pelo Sr. Luiz Tadeu Rigo, onde, mais detalhada rn ente, o mesmo assunto foi tratado.

Determinado o imediato exame da matéria pelos setores competentes desta Controladoria, dele resultou a Nota Técnica n° 1316/2005/DICOM/DI/SFC/CGU-PR, que ora passo às mãos de V.Exa. por cópia, na qual reputo esclarecidos os pontos de relevo.

Quero, todavia, acrescentar, em relação ao oficio de Vossa Excelência, algumas observações que me parecem importantes, de modo a que não subsistam dúvidas sobre o assunto.

Em primeiro lugar, deve restar claro que a Subsecretaria de Comunicação Institucional (ou sua antecessora a SECOM) não foi ouvida antecipadamente à conclusão do relatório unicamente por não ser ela o órgão objeto do trabalho de auditoria, no caso, a Empresa de Correios e Telégrafos. Esta, sim, foi notificada para manifestar-se e o fez, sendo suas justificativas devidamente analisadas e registradas no próprio relatório, como é, alias, a praxe em todos os nossos trabalhos da espécie. Este esclarecimento foi, inclusive, feito imediatamente, em Nota Pública divulgada pela CGU no dia 7 de novembro.

No que respeita ao conteúdo do relatório, por sua vez, fica claro que apenas duas observações são nele feitas com referência à atuação da SECOM; e, registre-se, desde logo, estão longe de constituir-se nos pontos de maior relevância, visto que se trata, em ambos os casos, de impropriedades meramente formais, e que, por isso mesmo, não importaram em recomendações de apuração de responsabilidades ou de

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 049
3406
Doc.

prejuízo aos cofres públicos. Somente mesmo a exploração de caráter político-partidária a que se referiu Vossa Excelência, pode explicar o destaque que veio a ser a elas atribuído nos meios de comunicação.

No tocante à questão especifica da redução do patrimônio líquido - aspecto que mereceu destaque no expediente da Vossa Excelência - permito-me pedir-lhe que examine os esclarecimentos constantes da Nota Técnica (sobre o item 10.2 do Relatório), em que se salienta o fato de que essa exigência secundária não chegou a ser aplicada.

Por fim, informo a Vossa Excelência que a Nota Técnica contendo os esclarecimentos a que acabei de me referir está sendo encaminhada aos mesmos destinatários aos quais foi remetido o Relatório, como é de praxe em nossos trabalhos, sempre que nos são endereçadas justificativas posteriores àquela remessa.

Com a expressão do apreço e admiração de sempre.

WALDIR PIRES
Ministro de Estado do Controle e da Transparência

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
Controladoria-Geral da União
Secretaria Federal de Controle Interno
SAS Q. 1 131 "A", Ed. Darcy Ribeiro, 2° andar sala 230 - 70.070-905
Fone: 3412-7200 - fax: 3412-7123 - email: sfcdicom@cgu.gov.br

Nota Técnica n° 1316/2005/DICOM/DI/SFC/CGU-PR

Assunto: Pedido de reavaliação apresentado pelo Subsecretário Interino da Subscretaria de Comunicação Institucional da Presidência da República - SECOM/PR, a itens do Relatório de Auditoria Parcial n° 20, no que tange à participação da SECOM no processo licitatório dos Correios, que teve por objeto a contratação de serviços de publicidade e propaganda - Concorrência n° 003/2003.
Subsecretaria de Comunicação Institucional

Senhor Diretor,

1. Por meio do Oficio n° 923/SECOM/SG-PR, de 8 de novembro de 2005, o Subsecretário Interino da Subsecretaria de Comunicação Institucional da Presidência da República apresentou considerações acerca dos itens 9.1, 9.2 e 10.2 do Relatório Parcial de Auditoria n° 20 e solicitou ao Excelentíssimo Ministro de Estado do Controle e da Transparência *a reavaliação* dos itens 9.1 e 9.2 quanto *à participação da SE-*

RQS n° 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
0250
Fls N°
3406
Doc.

COM no processo licitatório dos Correios, no que concerne aos itens 9.1 e 10.2 do Relatório, argumentando que tais constatações referiram-se ou a vício de natureza exclusivamente formal, ou a alteração de cláusula editalícia que, haja vista não ter sido, de fato, aplicada, não beneficiou a nenhum dos licitantes.

2. Analisadas as ponderações da SECOM, concluímos que, embora não tenham efetivamente resultado em favorecimento a licitantes, aquelas constatações não poderiam deixar de ser consignadas ino Relatório, uma vez que se tratava, sem sombra de dúvida, de vício, ainda que de natureza fornial e de alteração de exigência editalícia não suficientemente esclarecida, àquela altura, pela ECT. São, portanto, constatações que qualquer auditoria tem o dever de registrar.

O entendimento desta CGU, quanto a essas questões, foi o de que, de fato, se trata de ocorrências de menor relevância, como expressado, aliás, pelas recomendações de caráter apenas preventivo dirigidas à ECT, a serem aplicadas em futuras contratações. Caso esta CGU houvesse constatado ocorrências graves originadas de tais atos, as recomendações não seriam somente de natureza preventiva, voltadas a evitar a repetição da falha, mas também, necessariamente, pela responsabilização administrativa e civil dos agentes públicos e pelo ressarcimento ao Erário, em caso de prejuízo aos cofres públicos.

3. Cabe ressaltar, também, que sob a ótica desta CGU, em sua missão de resguardar o interesse público, as constatações de maior relevância nesse relatório de auditoria na ECT, foram aquelas que se referem a contratos com objeto múltiplo, que geram desperdício de recursos, devido à intermediação desnecessária via agências de publicidade, inclusive com burla à lei de licitações, importando em terceirização na contratação de serviços de impressão gráfica, pesquisa, consultoria, organização de eventos e de fornecimento de brindes, dentre outros serviços que não sejam de veiculação em mídia, bem como ocorrência de sobrepreço.

Observe-se que, nesse sentido, há jurisprudência do TCU, exarada nos Acórdãos 1529/2005 e 1874/2005.

Em tais constatações do Relatório, além de outras, houve recomendações de tomada de providências para a apuração de responsabilidades e ressarcimento ao Erário. Assim, o destaque dado às constatações ora objeto das ponderações da SECOM, parte de leituras restritas e descontextualizadas do Relatório de Auditoria, dando ênfase e dimensão desproporcionais a esses apontamentos, tratados no Relatório com menor relevância.

4. Ademais, conforme detalhado a seguir, ressaltamos que os apontamentos do Relatório Parcial n° 20 observaram estritamente as normas que regem a execução dos trabalhos de auditoria do Sistema de Controle Interno do Poder Executivo Federal, restando demonstrada a pertinência dos mesmos, os quais destinam-se ao aprimoramento dos controles internos da ECT. Desse modo, as ponderações da SECOM quanto à sua participação no processo licitatório dos Correios não trazem elementos que ensejem mudanças no posicionamento desta CGU.

5. Expresso, assim, em síntese, o entendimento da CGU a respeito da presente solicitação da SECOM, apresentamos, a seguir, mais detalhadamente, aspectos técnicos considerados em nossa análise.

5.1 Das manifestações da SECOM sobre o **item 9.1 do Relatório Parcial de Auditoria n° 20:**

No parágrafo 22 do Oficio n° 923/SECOM/SG-PR, o Subsecretário Interino de Comunicação Institucional afirma que a constatação cuidou de *"vício de natureza exclusivamente formal "* e que haveria a pertinência de ressalva desta CGU apenas quanto à alteração dos referidos critérios *"por meio de oficio e não por meio de nova Instrução Normativa. "*

A afinnação da SECOM coincide exatamente com o entendimento da equipe de auditoria, expresso nos questionamentos formulados à ECT sobre tal alteração, bem como no Relatório de Auditoria.

Nas análises das manifestações apresentadas pela ECT, constantes do Relatório, restou consignado que *"um mero documento, emitido pela Subsecretária de Publicidade, mesmo que assinado em conjunto com*

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
051
Fls Nº
3406
Doc.

o Subsecretário de Publicações, Promoção e Normas, e ainda que contenha, em seu verso, o "de acordo " do Ministro-Chefe da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República, não tem o condão de alterar disposições emanadas de uma Instrução Normativa."

Como visto, o questionamento feito no Relatório não era dirigido ao conteúdo da sugestão da SECO,`1, mas sim à sua foin a, e teve a finalidade de recomendar à ECT a necessária observância de orientações normativas reguladoras da matéria para os futuros editais de licitação, cujo objeto seja a contratação de serviços de publicidade e propaganda.

Cumpre registrar que, embora esta CGU tenha utilizado, no Relatório, a expressão *"irregular"* ao referir-se a essa alteração, o sentido da expressão foi o de alteração indevida, imprópria, porquanto em discordância a normativo. Não se evidenciou, a partir de tal alteração, a prática de uma *"irregularidade "*, esta no sentido técnico do termo, no âmbito da Auditoria Governamental, ou seja, a existência de fraude, desvio, dolo, ato de improbidade ou outra ocorrência grave de que resultasse prejuízo ao erário ou vantagem ilícita.

Caso tivesse sido configurada irregularidade propriamente dita no ato administrativo praticado, teria havido, necessariamente, a recomendação de imediata apuração de responsabilidades para fins de aplicação das penalidades administrativas disciplinares cabíveis, bem como a comunicação aos órgãos competentes para as ações penais e civis cabíveis.

E de se notar, portanto, que essas não foram as medidas corretivas recomendadas por esta CGU, justamente porque tratou-se de mera "impropriedade", no sentido técnico da palavra, ou seja, falha de natureza formal de que não resulta dano ao Erário, porém restando evidenciada a inobservância de algum normativo.

Tais procedimentos estão todos conformes à Instrução Normativa SFC n° 01/2001, de 06/04/2001, que define diretrizes, princípios, conceitos e aprova normas técnicas para a atuação do Sistema de Controle Interno do Poder Executivo Federal, disciplina a atuação dos servidores da CGU, bem como traz as normas relativas à execução das atividades de Auditoria Governamental (Capítulo VII, Seção III, item 4 incisos III alínea "a" e IV, item 7 inciso I).

Quanto às ponderações da SECOM constantes dos parágrafos 23 a 31 do Ofício n' 923, em análise, que tratam da não apresentação, por esta CGU, dos dados concretos dos licitantes e os efeitos da alteração dos quesitos do edital no resultado do certame, cumpre esclarecer que durante os trabalhos de auditoria a equipe realizou todos os exames e análises necessários, os quais demonstraram que a impropriedade apontada não resultou em irregularidade, haja vista que não houve, neste aspecto, favorecimento a quaisquer das licitantes, não cabendo portanto registros sobre as conseqüências técnico-jurídicas de tal alteração.

5.2Das manifestações da SECOM quanto ao item 10.2 do Relatório Parcial de Auditoria n° 20:

0 Ofício n° 923 - SECOM apresenta, nos itens 7 a 19, considerações ao conteúdo do Relatório, item 10.2, sobre a alteração de exigência de qualificação econômico-financeira das proponentes, Edital de Licitação - Concorrência 03/2003, realizada pela ECT a partir de sugestão da SECOM.

As análises levadas a efeito pelos auditores desta CGU neste item do Relatório, do mesmo modo, tiveram por finalidade específica a comprovação do cumprimento de leis e regulamentos por parte da entidade auditada, vistas às exigências constantes do item 6 da Instrução Noiniativa n° 7, de 13.11.1995, e artigos 27 a 32 da Lei 8.666/93.

Necessário é esclarecer que o Relatório consignou no referido item o *"possível favorecimento a licitantes"* - no plural - e, embora tenha destacado que a empresa SMP&B poderia ter sido beneficiada

"caso tivesse apresentado, na fase de habilitação, índices de liquidez e de solvência abaixo do exigido", a CGU registrou expressamente que as 9 (nove) outras empresas licitantes listadas na tabela 9 (pág. 59) poderiam também ter sido beneficiadas com a redução do patrimônio líquido promovida, caso reprovadas quanto à exigência relativa ao índice de liquidez. Além disso, cabe registrar que a referência nominal àquela empresa deveu-se a dois fatores: a existência de inúmeras denúncias contra a mesma, aliás, de conhecimento público, o que, em qualquer situação, imporia à auditoria um zelo especial em relação a ela e, de outro lado, ao fato de que a SMP&B era a única das três vencedoras do certame que tinha patrimônio líquido abaixo de R$ 3 milhões.

POS nº 03/2005 - 01
CPMI - CORREIOS
052
Fls Nº
3406
Doc.

Cabe anotar, também, que, cientes de que a exigência secundária acerca do patrimônio líquido não chegou a ser aplicada, conforme consta no Relatório, manteve-se o registro, haja vista que, durante os exames de auditoria, os dados colhidos em campo e a manifestação apresentada pela ECT não trouxeram esclarecimentos suficientes que justificassem tecnicamente as razões da decisão de redução da exigência inicial.

Com efeito, a auditoria não considero razoável a fixação da exigência do patrimônio líquido com base no valor mínimo assegurado de execução do contrato, isto é, 25%, até porque os motivos dessa opção não foram explicitados. Assim, a auditoria recomendou que, nas próximas licitações, fosse utilizado como base para fixação do patrimônio líquido exigido o histórico da execução dos contratos de publicidade. Nesse contexto, convém ainda ressaltar que a auditoria apenas informou que, no caso em tela, a execução do contrato encontrava-se eqüitativa, isto é, de aproximadamente 33% para cada empresa contratada.

Ressalte-se, mais uma vez que, caso houvesse sido constatada a irregularidade dos atos, a auditoria teria recomendado a apuração de responsabilidades e, não, simplesmente, apontado medidas que entendeu devessem ser observadas em licitações futuras.

5.3 Das manifestações da SECOM sobre o **item 9.2 do Relatório Parcial de Auditoria n° 20:**

Tratou-se no item 9.2 do Relatório Parcial n° 20 da ocorrência de notas consensuais em um critério considerado objetivo (Capacidade de Atendimento) e em dois dos seis critérios considerados subjetivos (Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

Esclareça-se que o apontamento feito pela CGU teve como enfoque o consenso de notas havido em relação aos critérios considerados subjetivos, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, que restringiu a possibilidade de diferenciação de entendimentos entre os representantes da Comissão de Licitação. O usual, em quaisquer procedimentos de avaliação, é que a percepção de diferentes julgadores sobre um mesmo elemento, ainda mais quando este reveste-se de caráter preponderantemente subjetivo, seja diversa, o que não ocorreu no caso em tela, quanto aos quesitos Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, já que a CEL/ECT decidiu por pontuar notas consensuais relativas a cada licitante, restringindo, na prática, o efeito da avaliação.

Esta situação nada tem a ver com aquela outra, também referida no item 9.2 do Relatório, no qual a auditoria apontou o fato de que agências de publicidade desclassificadas no certame realizado pela ECT foram contratadas por outros órgãos do Poder Executivo Federal, eis que se trata de assuntos absolutamente incomparáveis.

No que se refere à manifestação de estranheza sobre o caráter "inédito" das considerações desta CGU, contida no item 32 do Ofício 923/SECOM/SG-PR, quando comparadas às referentes aos contratos do anode 2000, cabe registrar, em primeiro lugar, que a CGU realizou, em 2002 e 2003, trabalhos de auditoria nos contratos de serviços de publicidade e propaganda da ECT, que tiveram como escopo a execução contratual, e não os procedimentos licitatórios, convindo ainda salientar que apontou numerosas deficiências nos controles internos da ECT; e, por outro lado, ainda que houvesse deixado de detectar algum problema à época, isso não a impediria de apontá-lo hoje, eis que "a evolução de métodos e procedimentos é uma constante na Administração Pública", conforme afirma o mesmo ofício da SECOM em seu item 38. A esse respeito, a CGU não constitui exceção, primando, sempre, pelo esforço de contínuo aprimoramento das auditorias realizadas.

Brasília - DF, 18 de novembro de 2005.

Alzira Ester Angeli
Analista de Finanças e Controle

De acordo.
À consideração superior.

Luciana Cevallos Mijan
Coordenadora-Geral de Auditoria de Programas da Área de Comunicações

De acordo.
Ao Secretário Federal de Controle Interno, propondo seja submetido à apreciação do Subcontrolador-Geral da União, para os encaminhamentos que entender cabíveis.

Marcos Luiz Manzochi
Diretor de Auditoria de Programas da Área de Infra-Estrutura

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls. Nº 053
3406
Doc.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
SECRETARIA-GERAL
SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

OFÍCIO Nº 912 SECOM/SG-PR

Brasília, 1ª de novembro de 2005.

A Sua Excelência o Senhor
Ministro Ubiratan Diniz de Aguiar
Tribunal de Contas da União
Brasília - DF

Assunto: **Processo nº TC 017.951/2005-05**

1. Esta Subsecretaria de Comunicação Institucional da Secretaria-Geral da Presidência da República recebeu cópia do Relatório Preliminar pertinente à Representação originada da 6ª Secretaria de Controle Externo (SECEX), Lote n. 44.351.632, e remetida à Exma. Sra. Ministra Chefe da Casa Civil, cujo teor foi tornado público antes de sua apreciação pelo plenário desse Tribunal, seja por meio de matéria jornalística divulgada por diversos jornais, seja por meio de parlamentares da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito dos Correios. Por conseguinte consideramos oportuno submeter a Vossa Excelência o presente memorial, ainda que não tenhamos sido instados a fazê-lo oficialmente por essa Corte. Na exigüidade de tempo de que dispusemos para análise do Relatório (que explica o fato de não se responder detidamente à totalidade dos achados relatados) – permitimo-nos encaminhar ponderações e documentos adicionais àqueles que foram apresentados a esse Tribunal, quer por ocasião da própria realização da auditoria *in loco* por parte dos auditores dessa Corte, quer em resposta a documento que posteriormente nos foi encaminhado.

2 Pedimos vênia para fazê-lo excepcionalmente, fora dos ritos prescritos na Lei Orgânica do Tribunal de Contas e de suas normas internas, considerando que a peculiaridade do momento vivido faz com que, antes do julgamento dentro do devido processo legal promovido por essa Corte, as instituições e seus servidores sejam objeto de julgamento público antecipado, mercê da credibilidade que as manifestações do TCU despertam junto à imprensa e à opinião pública, que preferem ignorar a ressalva quanto ao caráter preliminar e a ausência do contraditório que marcam algumas manifestações.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 054
3406
Doc.

3. De acordo com o Relatório Preliminar, os achados de auditoria diziam respeito a irregularidades na contratação de serviços gráficos. Os achados que levaram a se considerar que se trataria de irregularidades graves cuidavam, de um lado, de pagamento por serviços não realizados e, de outro, por serviços que teriam sido pagos com sobrepreço.

4. Outras irregularidades também foram apontadas, mas não caberia neste momento e nesta manifestação atípica tecer comentários sobre tudo quanto a representação veicula.

Pagamentos por serviços não realizados

5. Para reunir novos documentos e informações, solicitamos providências às agências de propaganda que intermediaram a execução

dos serviços objeto da auditoria e também incumbimos servidor da SECOM de realizar tarefa similar na cidade de São Paulo, entre os dias 24 e 27 do mês de outubro.

6. Confirmamos, neste momento, o reproduzido no Relatório Preliminar da Representação da 6ª SECEX, no sentido de que nem toda a documentação de simples remessa comprobatória do transporte do material gráfico contratado era mantida nos arquivos da SECOM, razão pela qual recorremos às contratadas com esse propósito. Nesse sentido, os documentos de simples remessa que aqui se encontravam (e que foram encaminhados aos auditores desse Tribunal quando solicitados) correspondiam ao material gráfico entregue em Brasília, diretamente a esta Subsecretaria.

7. Ressalte-se que a SECOM não tem estrutura capilarizada no território nacional que pudesse ser destinatária de todo o material impresso. Assim, não haveria economicidade numa determinação por parte da SECOM de que a totalidade do material fosse enviada a Brasília para posterior reenvio, às suas expensas, a outros pontos do território nacional.

8. Com o propósito, então, de reduzir as despesas com distribuição do material impresso, é que a SECOM decidiu encaminhar grandes lotes das revistas e encartes diretamente a outros pontos do território nacional, através de instituições que se dispuseram a distribuí-la sem ônus para o poder público.

9 Assim, o procedimento no sentido da liquidação da despesa decorreu do fato de que a SECOM entendeu que não poderia recusar-se a fazê-lo **se dependia exclusivamente dela apontar a cada uma das gráficas contratadas o destino final do material produzido**. Coube, então, à SECOM, com a intermediação das agências de propaganda envolvidas em cada uma das ações publicitárias em questão, apenas confirmar a disponibilidade das revistas, e não sua efetiva entrega em Brasília, ou em outros pontos do território nacional. Isso explica por que, mesmo nos casos de revistas entregues em Brasília, houve liquidação anterior à entrega

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 055
3406
Doc.

10. Destaca-se, ainda, que o Relatório em questão considerou que as rotinas da SECOM dariam "*margem ao pagamento de serviços não executados*". Partindo daí, e da ausência de outros documentos além da liquidação e confirmação da execução dos serviços por servidor público em alguns casos, a auditoria presumiu que o pior teria ocorridoou seja, presumiu a não execução dos serviços.

11. O que se buscará fazer na presente é elidir essa presunção, que por certo (especialmente por ter sido firmada em procedimento inquisitorial) não pode ser considerada uma presunção absoluta que não admita prova em contrário.

12. Feitas essas considerações preliminares, passa-se a arrolar os documentos que instruem o presente e que demonstram a remessa e entrega dos produtos contratados e pagos pela administração pública federal.

(...)

Pagamentos de serviços com sobrepreço

32. Com respeito à constatação de pagamento de serviço com sobrepreço, informamos a Vossa Excelência que embora não tenhamos tido acesso, ainda, às cotações apresentadas no Relatório Preliminar, podemos prever que estas muito provavelmente não se prestam a um confronto com os preços efetivamente pagos.

33. A gravidade da acusação formulada – do que faz prova o reflexo da denúncia nos meios de comunicação – exigiria (ao ver desta Subsecretaria) que sobre ela pudesse se manifestar ao menos o órgão público envolvido.

34. No exíguo prazo de que dispusemos, e diante da indisponibilidade (por ora) dos orçamentos tidos como paradigmas por parte dos auditores deste Tribunal, não nos é possível responder pontualmente às acusações em questão.

35. Por ora, cumpre-nos apenas, com vistas a retirar uma possível certeza quanto ao ilícito (sobrepreço) ou, ao menos, quanto a sua quantificação (valor da diferença apontada no Relatório), dizer que não há base sequer para se reconhecer a existência de algum débito (*an debeatur*), e menos ainda para quantificá-lo (*quantum debeatur*). Ocorre que nas cotações levantadas pelo Tribunal provavelmente não foram considerados diversos elementos capazes de alterar substancialmente os custos, como segue exemplificativamente abaixo:

a) capacitação técnica das gráficas. Parques gráficos mais sofisticados são garantia de qualidade na execução e rigor no prazo de entrega, e certamente as empresas contratadas pelas

RQS nº 03/2003 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 056
3406
Doc.

agências estão entre as maiores do país. Esse talvez seja um dos pontos que explicam as diferenças de preços nas cotações obtidas pelo próprio Tribunal junto às gráficas A, B e C. Aliás, são representativas disso as significativas diferenças entre o maior e o menor preço obtidas pelo Tribunal em todas as cotações que realizou: quadro 5 (53,62%), quadro 9 (99,82%), quadro 10 (41,24%), quadro 12 (84,58%), quadro 14 (25,36%) e quadro 16 (45,92%);

b) a época em que as revistas e livretos foram produzidos. Constata-se que o preço do papel e de alguns insumos acompanha a cotação do dólar americano, que vem decrescendo desde 2003: em 15.12.03, o US$ estava cotado a R$ 2,92, em 11.11.04, estava a R$ 2,81 e em 30.09.05, a R$ 2,22. Ou seja, se o Tribunal fez uma cotação em setembro de 2005 para as revistas produzidas em dezembro de 2004, os preços obtidos tendem a ser mais baixos. Assim, não basta cotar a impressão de revistas semelhantes, impõe-se que se apresente cotação correspondente aos custos da época;

c) volume de trabalho das gráficas no momento da contratação. As revistas alusivas ao Balanço de 12 meses de governo e ao Balanço de 24 meses de governo, por exemplo, foram produzidas em final de ano, época em que a lei da oferta e da procura funciona com toda a intensidade. Nesse período, mesmo com um custo de papel mais baixo (em função das taxas de câmbio), os preços finais de produção tendem a ser mais caros, pois pode haver margens de lucro superiores e até os altos custos de horas extraordinárias de trabalhadores precisam ser levados em consideração. Situação análoga ocorreu com o Balanço de 18 meses de governo, cuja produção coincidiu com o período de intensa demanda de trabalho por parte de partidos políticos em vista das eleições municipais de 2004;

d) custo de manuseio de livretos e revistas. Nas revistas alusivas ao Balanço de 18 meses de governo e ao Balanço de 24 meses de governo, houve o trabalho de encartamento de centenas de milhares de boletins a ser considerado no custo;

e) custo de manuseio de encarte de CDs em revistas. Isso ocorreu com as revistas alusivas ao Balanço de 6 meses de governo (1.000 CDs) e ao Balanço de 12 meses de governo (3.000CDs).

Considerações finais

36. Muitas outras considerações poderiam ser feitas quanto às conclusões apresentadas no Relatório Preliminar da Representação em questão, mas tanto a fase em que se encontra o processo quanto a exigüidade de tempo, que dedicamos fundamentalmente à busca de apresentação da documentação que acompanha a presente, fizeram com que não os abordássemos.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 057
3406
Doc.

37. Apenas a título exemplificativo, destacamos o fato de que foram atribuídas responsabilidades a agentes públicos como os Senhores Expedito Carlos Barsotti e Silvia Sardinha Ferro, quando os mesmos ou não eram sequer do quadro da SECOM, ou exerciam outras funções em que não lhes era dado decidir sobre as ações de propaganda, ou ainda a servidores que respondiam apenas pela avaliação técnica de ações publicitárias, não tendo avaliado seus custos.

38. Ante todo o exposto, pedimos vênia para, à luz da documentação apresentada, entender que o processado deveria retornar aos autores da Representação para nova análise, seja para reavaliar suas conclusões à vista da documentação juntada, seja para – o que requeremos – conceder prazo razoável a esta Subsecretaria para que responda pontualmente a todos os achados da auditoria, para o que necessitaria, por exemplo, de vista dos autos (para ter acesso às cotações de preços realizadas pelos auditores).

39. Manifestamos nossa convicção de que essa Corte, como tendo feito ao longo de sua história, saberá avaliar com isenção e serenidade os documentos e informações agora oferecidos ao processo e, como conseqüência natural, convencer-se-á de que não restam mais indícios de danos ao erário nem irregularidades graves que justifiquem neste momento a instauração do procedimento previsto no art. 246 do Regimento Interno do Tribunal de Contas da União.

Atenciosamente,

LUIZ TADEU RIGO
Subsecretário de Comunicação Institucional, interino

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 058
3406
Doc.

FROM : GABINETE DO PREFEITO PHONE NO. : 1938349035 Jul. 11 2005 06:17PM

PREFEITURA MUNICIPAL DE INDAIATUBA

ESTADO DE SÃO PAULO

DECLARAÇÃO

FRANCISCO CARLOS VICENTIN, Secretário Municipal da Fazenda da Prefeitura Municipal de Indaiatuba, pessoa jurídica de direito público interno, com sede na Avenida Engenheiro Fábio Roberto Barnabé, 2.800 - Jardim Esplanada II, Estado de São Paulo, vem a público **DECLARAR** e esclarecer que os dados fiscais referentes aos exercícios de 2001 e 2002 supostamente informados pela Prefeitura Municipal de Indaiatuba e veiculados na imprensa nacional, no que diz respeito às empresas GUSHIKEN & ASSOCIADOS LTDA. e GLOBALPREV CONSULTORES ASSOCIADOS LTDA., ambas estabelecidas regularmente em Indaiatuba/SP, não condizem com a realidade dos fatos.

A presente declaração visa, precipuamente, restabelecer a verdade dos fatos que envolvem tanto as empresas como a própria Administração Municipal de Indaiatuba/SP.

Por fim, lamentamos profundamente que as informações falsas tenham prejudicado diretamente o Ex.mo Sr. Ministro Luiz Gushiken, bem como esta Municipalidade, que sempre se pauta pela imparcialidade e cristalina gestão administrativa.

Indaiatuba, aos 11 de julho de 2005

FRANCISCO CARLOS VICENTIN
Secretário Municipal da Fazenda

De acordo:

Luiz Alberto Pereira
Secretário Municipal de Governo

Sergio Henrique Dias
Secretário Municipal dos Negócios Jurídicos

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 059
3406
Doc.

FROM : Panasonic FAX SYSTEM PHONE NO. : Jul. 12 2005 04:12PM P