

**RELATÓRIO DE AUDITORIA SOBRE AS CONTAS ANUAIS DE GESTÃO DA
SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO DE CUIABÁ - MT
ATOS DE GESTÃO PRATICADOS PELOS ADMINISTRADORES E DEMAIS
RESPONSÁVEIS POR BENS, DINHEIROS E VALORES PÚBLICOS**

PROCESSO Nº	:	12743-4/2012
PRINCIPAL	:	SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO DE CUIABÁ - MT
CNPJ	:	03.533.064/0001-46
ASSUNTO	:	CONTAS ANUAIS DE GESTÃO - 2012
GESTORES	:	MAURO CID NUNES DA CUNHA CARLOS BRITO DE LIMA FLÁVIO DONIZETE GARCIA
RELATOR	:	CONSELHEIRO ANTÔNIO JOAQUIM
EQUIPE TÉCNICA	:	MAURÍCIO BARBOSA DE FREITAS TÉRCIO LUIS GUSMÃO DE BARROS

1. INTRODUÇÃO

Excelentíssimo Relator:

Em atendimento ao inciso II do art. 71 da Constituição Federal, ao art. 212 da Constituição Estadual, aos arts. 35 e 36 da Lei Complementar nº 269/2007 e ao inciso IX do art. 29 da Resolução Normativa nº 14/2007-TCE-MT, apresenta-se o relatório conclusivo sobre as contas anuais de gestão da Secretaria Municipal de Comunicação de Cuiabá-MT, com o objetivo de subsidiar o julgamento dos atos de gestão.

Este relatório foi elaborado no período de Janeiro a Dezembro/2012 e consolida o resultado do controle externo simultâneo sobre as informações prestadas a esta Corte de Contas por meio dos processos físicos, bem como das informações extraídas dos sistemas informatizados do órgão e outras obtidas em inspeção *in loco*, abrangendo a fiscalização contábil, financeira, orçamentária, patrimonial e de resultados, quanto à legalidade, legitimidade e economicidade.

A auditoria foi realizada no período de 21/05/2013 à 22/05/2013 no prédio da Prefeitura Municipal, em atendimento à determinação contida na Ordem de Serviço nº 52/2012 e em conformidade com as normas e procedimentos de auditoria aplicáveis à Administração Pública, bem como aos critérios contidos na legislação vigente.

2. ADMINISTRADOR E DEMAIS RESPONSÁVEIS

GESTOR	
NOME:	MAURO CID NUNES DA CUNHA
PERÍODO:	01/01/2012 à 31/01/2012

GESTOR	
NOME:	CARLOS BRITO DE LIMA
PERÍODO:	01/02/2012 à 06/06/2012

GESTOR	
NOME:	FLÁVIO DONIZETE GARCIA
PERÍODO:	07/06/2012 à 31/12/2012

CONTADOR:	
NOME:	LEONI PEIXOTO BARRETO
PERÍODO:	01/01/2012 à 31/12/2012

RESPONSÁVEL PELA UNIDADE DE CONTROLE INTERNO	
NOME:	LUIZ MÁRIO DE BARROS
PERÍODO:	01/01/2012 à 31/12/2012

CAF – COORDENADORA ADMINISTRATIVA E FINANCEIRA	
NOME:	JULIETA ALINA DE OLIVEIRA
PERÍODO:	01/01/2012 à 31/12/2012

3. RESULTADO DA ANÁLISE DOS ATOS DE GESTÃO

Da auditoria realizada, resultou o relatório que segue:

3.1. RECEITA

Não houve análise deste item porque a Secretaria Municipal de Comunicação não é órgão arrecadador do Município.

3.2. DESPESAS

Em consulta ao Sistema Aplic, apurou-se que no tocante a Secretaria Municipal de Comunicação, durante o exercício de 2012, houveram empenhos no valor total de R\$ 11.795.379,28, liquidações no valor de R\$ 11.795.354,60 e pagamentos no montante de R\$ 10.011.957,67.

Do valor total empenhado, o montante de R\$ 10.774.681,33 foi aplicado especificamente em ações de publicidade e propaganda, valor que representa cerca de 91% de todos os gastos da Secretaria.

As despesas de publicidade são todas provenientes do processo licitatório concorrência pública n.º 01/2010, da qual resultou a contratação de 03 agências de publicidade, quais sejam, Logos/Ganzá Propaganda, Luiz Gonzaga Rodrigues Junior/Genus Publicidade e Company Comunicação. A contratação de tais empresas são disciplinados, respectivamente, pelos contratos n. 19, 20 e 21/2010. No Anexo III do presente relatório, são especificados os valores empenhados, liquidados e pagos para cada uma das citadas agências, durante o ano de 2012.

Frente ao volume de recursos aplicados na contratação das supracitadas empresas, a amostra selecionada para o exercício de 2012 será composta apenas e tão somente das despesas aplicadas em publicidade e propaganda.

A seguir, apresentam-se os achados de auditoria resultantes da análise da amostra selecionada:

1. Foram constatadas despesas não autorizadas/ilegais e/ou ilegítimas (art.15 c/c 16 e 17 da LRF e art. 4º da Lei 4.320/64) - **JB 01**.

3.2.1 – Despesas ilegítimas na contratação de serviços de projeto para fachada no valor de R\$ 2.000,00 (Dois mil reais).

Foi constatado a despesa paga mediante a nota de débito nº 504 no valor total de R\$ 20.129,00 (fl. 382-TCE), referente a “(...) *criação peças ref. O.C n. 645*”. No processo há a nota fiscal n. 504 emitida em 30/03/2012 da empresa Company Comunicação Ltda no mesmo valor de R\$ 20.129,00 (fl. 383-TCE). Na fl. 384-TCE há composição dos custos, com a descrição de cada atividade realizada. Dentre os produtos há a criação de “projeto para fachada da Prefeitura”, no valor total de R\$ 4.000,00. Considerando que houve a imputação de um desconto de 50% no total geral dos serviços, o valor pago para criação deste projeto foi de R\$ 2.000,00.

Nas fls. 388/390-TCE há imagem dos *banners* (ou material análogo) que seriam colocados ou instalados na fachada da sede da Prefeitura de Cuiabá. O objetivo era colocar este *banners* nas laterais do prédio, na frente e na recepção central. (conforme imagens de fls. 388/390-TCE)

A impropriedade nasce no momento em que estes “banners” não foram efetivamente fixados no prédio. Tratou-se de um projeto apenas em abstrato, que não resultou em nenhuma ação objetiva a favor do município. A absoluta ausência de planejamento e desídia do gestor, em autorizar o custeio de um projeto que nunca se concretizou, não deveria consumir recursos públicos.

Face ao exposto, solicita-se a apresentação de documentos que comprovem em qual local e por qual período houve a veiculação dos *banners* (fls. 388/390-TCE), cujo projeto teve o custo de R\$ 2.000,00.

Considerando que a despesa foi autorizada em 30/03/2012, o Sr. Carlos Brito de Lima, Secretário de Comunicação na época, deverá ser citado a

apresentar sua defesa.

2. Foram constatadas aquisições de bens e/ou serviços com preços superiores aos praticados no mercado e/ou superiores ao contratado (superfaturamento). (art. 37, caput, C.F e art. 66 da Lei 8.666/93) - **JB 02**.

3.2.2 – Constatação de superfaturamento no valor total de R\$ 289.000,00 (Duzentos e oitenta e nove mil reais), proveniente da divulgação de *banners* em sites locais.

Em análise as despesas de publicidade, que constituíram a amostra selecionada, constatou-se diversos casos de superfaturamento na divulgação de *banners* em sites locais.

Em virtude da gravidade do apontamento, será exposto de forma didática e minuciosa qual foi o critério e metodologia adotada para concluir pelo superfaturamento dos valores empreendidos na divulgação de *banners* em sites locais.

Inicialmente será demonstrado qual foi o padrão de comparação de preço dos serviços prestados. Este padrão, utilizado como parâmetro de preços, é constituído de orçamentos fornecidos pelos próprios veículos de comunicação (material coletado na sede da Secretaria Municipal de Comunicação) e de serviços prestados pelos mesmos sites a Câmara Municipal de Cuiabá.

A utilização do legislativo como padrão foi ideal, uma vez que trata-se de um órgão público, localizado dentro do mesmo município (Cuiabá). Houve esta cautela em adotar outra entidade pública como comparação, a fim de afastar a alegação da inviabilidade de se confrontar o preço praticado em âmbito privado com

o utilizado por algum órgão público. Apesar desta conclusão ser ilógica, visando conceder mais robustez ao fato demonstrado, utilizou-se como parâmetro os valores pagos pelo Legislativo Municipal.

É importante frisar que houve comparação de serviços exatamente iguais, ou seja, trata-se de veiculação de *banners* do mesmo tamanho e característica, pelo mesmo período de tempo e no mesmo site.

O primeiro veículo de comunicação apurado é o site Mídia News. Conforme tabela de preços de fl. 435-TCE (documento coletado na própria Secretaria Municipal de Comunicação), o preço da divulgação mensal de “banners” no site mídia news oscila de R\$ 2.500,00 a R\$ 5.000,00 por mês. A seguir transcrição da tabela de preços do site:

Quadro 1. Tabela de preços site mídia news

Tipo de banner	Valor mensal
Mega banner - 670x90	R\$ 5.000,00
Banner vertical - 120x300	R\$ 4.000,00
Banner home - 390x95	R\$ 4.000,00
Banner Botton – 120x120	R\$ 2.500,00
Banner Top - 310x90	R\$ 3.500,00
Full Banner - 468x60	R\$ 3.500,00

Fonte: tabela de preços fl. 435-TCE

Desta feita, em visita a Câmara de Cuiabá no dia 28 de Maio de 2013, houve a coleta das seguintes divulgações efetuadas no site Mídia News:

Quadro 2. Divulgação full banner no site mídia news pela Câmara Municipal

Tipo de banner divulgado	período	Total inserções	de	Valor total – R\$	Localização dos documentos comprobatórios
Full banner	Abril/2012	27		5.000,00	Fls. 64 à 68-TCE
Full banner	Junho/2012	30		5.000,00	Fls. 69 à 73-TCE
Full banner	Março/2012	31		5.000,00	Fls. 74 à 78-TCE

Fonte: documentos entres as fls. 64 à 78-TCE

Conforme quadro anterior, o valor pago pela Câmara Municipal, através da agência Ganzá Propaganda, para divulgação de full banner pelo período de 30 dias no site Mídia News é de R\$ 5.000,00. Deste valor, a quantia de R\$ 1.000,00 refere-se a comissão da agência, sendo assim, o valor líquido efetivamente pago ao site é de R\$ 4.000,00.

Na tabela de preços do site (fl. 435-TCE), o preço mensal para o full banner é de R\$ 3.500,00, portanto um pouco abaixo do valor dispendido pela Câmara. Face aos documentos apresentados há elementos suficientes para comprovar que o preço da divulgação do *banner* tipo “full banner” no site citado, pelo período de 1 mês, é o valor médio de R\$ 4.000,00 (quatro mil reais).

Imprescindível reiterar que o serviço contratado é exatamente o mesmo, ou seja, divulgação de “full banner” (banner com tamanho de 468x60 e que se localiza ao centro da página da internet, conforme especificado no documento de fl. 435-TCE), pelo mesmo período (30 dias). Eventuais valores de elaboração e ou criação do *banner* não estão incluídos na despesa, até porque estes valores são cobrados à parte pelas agências de publicidade, ou seja, o valor analisado refere-se

apenas a divulgação, a veiculação do material no supracitado site.

Do mesmo modo, houve a divulgação de *banner* no site “o documento”. Conforme documento de fls. 437/438-TCE, o valor de divulgação de “full banner” pelo prazo de 30 dias é de R\$ 10.000,00. Na fls. 79/83-TCE, há a nota de débito n.º 609 emitida pela empresa Ganzá Propaganda, referente a divulgação de *full banner* no site “o documento” pela Câmara Municipal de Cuiabá, no valor de R\$ 5.000,00 (fl. 83-TCE). Nas fls. 133 a 139-TCE há outra divulgação de *full banner* realizada pelo Legislativo Municipal pelo prazo de 1 mês, que custou o mesmo valor de R\$ 5.000,00. Apesar da Câmara Municipal ter o custo de divulgação mensal de *full banner* de R\$ 5.000,00 (provavelmente trata-se de um pacote de inserções, o que torna mais barato o serviço), por prudência, será utilizado como parâmetro o valor presente no orçamento de fls 437/438-TCE.

A divulgação de *banner* no site Olhar Direto, conforme orçamento de fl. 436-TCE, varia de R\$ 3.000,00 (três mil reais) a R\$ 10.000,00 (dez mil reais). O valor do chamado “big banner”, no tamanho de 585x75, é de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) por mês.

Nas fls. 110/113-TCE, há divulgação de “big banner” (na nota fiscal 245 – fl. 112-TCE – há menção ao tipo de *banner* utilizado – *big banner*) pela Câmara Municipal de Cuiabá. O valor da inserção mensal, conforme consta no documento de fl. 113-TCE é de R\$ 5.000,00. Portanto, há elementos suficientes (orçamento e despesa da Câmara Municipal) que comprovam que o valor de divulgação mensal do “big banner” pelo site Olhar Direto é de R\$ 5.000,00. Já o valor do “super banner” de tamanho 728x90, conforme consta no orçamento de fl. 436-TCE é de R\$ 10.000,00 por mês.

Nas fls. 114 a 118-TCE há despesa de publicação realizada pela Câmara Municipal de Cuiabá, referente a divulgação de *full banner* no site RD News pelo prazo de 01 mês, pelo preço de R\$ 5.000,00 (Cinco mil reais)

Nas fls. 119/123 e 130/134-TCE, há despesa de publicação realizada pela Câmara Municipal de Cuiabá, atinente a divulgação de *full banner* no site Hipernotícias, pelo prazo de 1 mês, pelo preço de R\$ 2.500,00 (Dois mil e quinhentos reais).

Visando facilitar a análise de todo o exposto, no quadro a seguir será consolidado os preços utilizados como parâmetro para fins de aferição de superfaturamento na divulgação de *banners* em sites locais.

Quadro 3. Consolidação dos preços médios de divulgação *banners*

site	Tipo de banner divulgado	Preço padrão – divulgação mensal – 30 dias	Documentos que comprovam o preço padrão
Mídia news	Full banner	R\$ 5.000,00	Processos de despesa da Câmara Municipal de Cuiabá (fls. 64 a 78-TCE) e orçamento de fl. 435-TCE
O documento	Full banner	R\$ 10.000,00	Processos de despesas da Câmara Municipal de Cuiabá (fls. 79/83 e 133/139-TCE) e orçamento de fls. 437/438-TCE
Olhar Direto	Big banner	R\$ 5.000,00	Processos de despesas da Câmara Municipal de Cuiabá (fls. 110 a 113-TCE) e orçamento de fl. 436-TCE
RD News	Full banner	R\$ 5.000,00	Processos de despesas da Câmara Municipal de Cuiabá

site	Tipo de banner divulgado	Preço padrão – divulgação mensal – 30 dias	Documentos que comprovam o preço padrão
			fls. 114 a 118-TCE
Hipernotícias	Full banner	R\$ 2.500,00	Processos de despesas da Câmara Municipal de Cuiabá fls. 119 a 123 e 130 a 134-TCE

Fonte: documentos de fls. 64/78, 79/83, 133/139, 110/113, 114/118, 119/123 e 130/134-TCE

Após a exposição da fundamentação do preço padrão de divulgação de *banners*, tem-se na sequência quadro que apura o preço efetivamente pago pela Secretaria de Comunicação de Cuiabá, após a análise a amostra selecionada na visita *in loco*.

Quadro 4. Divulgação de *banners* em sites locais

Site	Tipo de banner	inserções	Valor total pago pela Prefeitura	Preço padrão de divulgação do banner	Superfaturamento constatado	Localização dos documentos comprobatórios
Mídia news	Full banner	27	R\$ 25.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 20.000,00	Fls. 269/270-TCE
	Full banner	31	R\$ 30.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 25.000,00	Fls. 271 à 274-TCE
	Full banner	30	R\$ 30.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 25.000,00	Fls. 275 à 279-TCE
	Full banner	21	R\$ 20.000,00	R\$ 3.500,00	R\$ 16.500,00	Fls. 280 à 298-TCE
O documento	Full banner	30	R\$ 20.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	Fls. 328 à 331-TCE
Olhar direto	Super banner	27	R\$ 25.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 15.000,00	Fls. 332 a 335-TCE

Site	Tipo de banner	inserções	Valor total pago pela Prefeitura	Preço padrão de divulgação do banner	Superfaturamento constatado	Localização dos documentos comprobatórios
	Super banner	30	R\$ 20.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	Fls. 447 a 450-TCE
	Super banner	30	R\$ 20.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	Fls. 451 a 454-TCE
	Super banner	31	R\$ 20.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	Fls. 455 a 458-TCE
RD News	Full banner	30	R\$ 30.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 25.000,00	Fls. 337 a 341-TCE
	Full banner	31	R\$ 30.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 25.000,00	Fls. 342 a 345-TCE
	Full banner	30	R\$ 20.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 15.000,00	Fls. 439 a 442-TCE
	Full banner	27	R\$ 20.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 15.000,00	Fls. 443 a 446-TCE
Hipernotícias	Full banner	30	R\$ 33.340,00	R\$ 2.500,00	R\$ 30.840,00	Fls. 358 a 361-TCE
	Full banner	28	R\$ 25.000,00	R\$ 2.500,00	R\$ 22.500,00	Fls. 459 a 462-TCE
	Full banner	30	R\$ 16.660,00	R\$ 2.500,00	R\$ 14.160,00	Fls. 463 a 470-TCE
Total					R\$ 289.000,00	

Fonte: documentos de fls. 64 à 134 e 269 à 470-TCE

Há provas sólidas (constituídas de orçamentos e veiculações efetuadas pela Câmara de Cuiabá) que atestam o superfaturamento no montante de R\$ 289.000,00 (Duzentos e oitenta e nove mil reais).

Os valores pagos pela Secretaria de Comunicação, através de

agências contratadas, deveriam ser mais baratos que o valor pago pela iniciativa privada, dado a quantidade de divulgações. Os serviços de publicidade e propaganda empreendidos pelas agências, somente em 2012, foi superior a 10 milhões de reais, sendo assim, deveria haver um desconto importante para um cliente tão forte e assíduo como a Secretaria de Comunicação do município. Aliás, uma das motivações para a contratação de agências é exatamente o suposto desconto que esta consegue nos meios de comunicação, com a ausência deste não há razão para proceder a intermediação da publicidade via agências.

A responsabilidade pelo eventual superfaturamento será imputado ao gestor que autorizou a despesa. Na cláusula 6.1 dos contratos n. 19, 20 e 21/2010 consta que cabe a Secretaria de Comunicação efetuar a fiscalização do contrato:

6.1 - A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

6.2 - A fiscalização dos serviços será exercida pela Secretaria Municipal de Comunicação da CONTRATANTE, ou por preposto devidamente credenciado, que terá poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste contrato.

Já na cláusula 8.1 dos contratos citados, há a seguinte redação:

8.1 – Pela prestação dos serviços objeto deste contrato, a CONTRATADA e os veículos de comunicação/fornecedores receberão os valores constantes nos orçamentos específicos por ela apresentados para cada serviço encomendado, aprovados pela CONTRATANTE (grifei)

Da leitura das cláusulas 6.1 e 6.2 conclui-se que cabe a Secretaria de Comunicação proceder a fiscalização da execução contratual. Já na cláusula 8.1 é disposto que os preços dos serviços encomendados deverão ser aprovados pela Secretaria de Comunicação – Contratante. Considerando ainda que o gestor é o responsável pela autorização de liquidação e pagamento das despesas, é indubitável sua responsabilidade pelo eventual superfaturamento.

Considerando que houve três Secretários durante o exercício de 2012 e visando proceder a correta individualização do responsável, tem-se o seguinte quadro, que complementa o quadro 4 e informa o responsável por cada possível superfaturamento.

Quadro 5. Definição dos gestores responsáveis

Site	Tipo de banner	Localização dos documentos comprobatórios	Data da nota de débito	Gestor responsável	Superfaturamento apurado
Mídia news	Full banner	Fls. 269/270-TCE	22/12/2012	Flávio Donizete Garcia	R\$ 20.000,00
	Full banner	Fls. 271 à 274-TCE	11/06/2012	Flávio Donizete Garcia	R\$ 25.000,00
	Full banner	Fls. 275 à 279-TCE	15/08/2012	Flávio Donizete Garcia	R\$ 25.000,00
	Full banner	Fls. 280 à 298-TCE	09/05/2012	Carlos Brito de Lima	R\$ 16.500,00
O documento	Full banner	Fls. 328 à 331-TCE	05/06/2012	Carlos Brito de Lima	R\$ 10.000,00
Olhar direto	Super banner	Fls. 332 a 335-TCE	22/12/2012	Flávio Donizete Garcia	R\$ 15.000,00
	Super banner	Fls. 447 a 450-TCE	09/08/2012	Flávio Donizete Garcia	R\$ 10.000,00

Site	Tipo de banner	Localização dos documentos comprobatórios	Data da nota de débito	Gestor responsável	Superfaturamento apurado
	Super banner	Fls. 451 a 454-TCE	07/05/2012	Carlos Brito de Lima	R\$ 10.000,00
	Super banner	Fls. 455 a 458-TCE	05/06/2012	Carlos Brito de Lima	R\$ 10.000,00
RD News	Full banner	Fls. 337 a 341-TCE	08/08/2012	Flávio Donizete Garcia	R\$ 25.000,00
	Full banner	Fls. 342 a 345-TCE	08/06/2012	Flávio Donizete Garcia	R\$ 25.000,00
	Full banner	Fls. 439 a 442-TCE	10/05/2012	Carlos Brito de Lima	R\$ 15.000,00
	Full banner	Fls. 443 a 446-TCE	22/12/2012	Flávio Donizete Garcia	R\$ 15.000,00
Hipernotícias	Full banner	Fls. 358 a 361-TCE	08/05/2012	Carlos Brito de Lima	R\$ 30.840,00
	Full banner	Fls. 459 a 462-TCE	22/12/2012	Flávio Donizete Garcia	R\$ 22.500,00
	Full banner	Fls. 463 a 470-TCE	14/08/2012	Flávio Donizete Garcia	R\$ 14.160,00
Total					R\$ 289.000,00

Fonte: documentos de fls. 64 à 134 e 269 à 470-TCE

Conforme explicitado no quadro acima, o gestor Carlos Brito de Lima deverá ser citado a responder pelo possível superfaturamento no valor de R\$ 92.340,00 (Noventa e dois mil, trezentos e quarenta reais) e o gestor Flávio Donizete Garcia pelo possível superfaturamento na ordem de R\$ 196.660,00 (Cento e noventa e seis mil, seiscentos e sessenta reais).

Somente a título de informação, possíveis documentos apresentados na defesa serão objeto de circularização, ou seja, realização de diligências e confrontações para apurar sua fidedignidade, sendo que a apresentação de orçamentos e ou documentos falsos serão facilmente detectados, agravando a situação dos gestores citados. Neste sentido, caso necessário, será apurado o valor pago por divulgação de *banners* por empresas da iniciativa privada sediadas em Cuiabá, bem como por outros órgãos públicos.

3.2.3 – Possível superfaturamento no valor de R\$ 19.000,00 (dezenove mil reais) na divulgação de publicidade na Revista Camalote.

Houve a divulgação da campanha “balanço 2012” (divulgação de supostas realizações e avanços da Prefeitura de Cuiabá) na edição de Junho de 2012 da Revista Camalote (n.º 48 do Ano V). Os documentos comprobatórios da publicação estão entre as fls. 346 a 357-TCE.

Na fl. 349-TCE há contrato de publicidade onde consta que o valor do anúncio foi de R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais). Deste valor, a quantia de R\$ 4.850,00 refere-se a comissão da agência de publicidade (Company comunicação). Nas fls. 347/348-TCE há notas fiscais que confirmam o valor total da publicação.

Conforme documento de fl. 349-TCE, o serviço consiste no anúncio de 1 (uma) página na revista supracitada. Na fl. 357-TCE há cópia do anúncio promovido pela Secretaria de Comunicação (campanha Balanço 2012).

Visando apurar se o preço pago por um 01 anúncio colorido referente a 1 página inteira na Revista Camalote está de acordo com o praticado no mercado,

foi realizado a apuração dos preços pagos pela Câmara Municipal.

Nas fls. 84 a 90-TCE há cópia integral do processo de publicação de página dupla (2 páginas inteiras) na edição 45 da Revista Camalote (referente aos meses de março/abril de 2012). Conforme documentos de fl. 85-TCE (pedido de inserção) e fls. 84 e 86-TCE (nota fiscal e nota de débito) o valor pago pelo legislativo pela publicação de um anúncio colorido de página dupla foi de R\$ 12.000,00. Deste valor, a quantia de R\$ 2.400,00 refere-se a comissão da agência de publicidade Ganzá.

Nas fls. 89/90-TCE há cópia das duas páginas de divulgação efetuadas pela Câmara Municipal.

A fim de sintetizar o exposto, tem-se a seguir quadro que demonstra a comparação de preços:

Quadro 6. Superfaturamento na publicação de anúncio na revista Camalote

contratante	Veículo de divulgação	de	Tipo de anúncio	Valor total	Documentos comprobatórios
Secretaria de Comunicação de Cuiabá	Edição 48 da Revista Camalote	Junho/2012	1 página inteira colorida	25.000,00	Fls. 346 a 357-TCE
Câmara Municipal de Cuiabá	Edição 45 da Revista Camalote	Março/Abril 2012	2 páginas inteiras coloridas	12.000,00	Fls. 86 a 90-TCE

Fonte: documentos de fls. 346/357 e 86/90-TCE

Da tabela e documentos apresentados conclui-se que o valor pago

por página colorida pela Secretaria de Comunicação foi de R\$ 25.000,00, enquanto o valor pago por página colorida pelo Legislativo Municipal foi de R\$ 6.000,00, representando um superfaturamento de R\$ 19.000,00 (Dezenove mil reais).

Salienta-se que tratam-se de anúncios coloridos, do tamanho de uma página inteira, na mesma revista, com o intervalo de apenas 3 meses. Neste valor também não está incluso eventuais custos de elaboração e ou criação da campanha, trata-se de apenas da divulgação do anúncio.

Na mesma edição 48 da Revista Camalote, mais exatamente entre as fls. 10 a 13, há publicação de entrevista com a então primeira dama Sra. Norma Galindo, (cópia da entrevista entre as fls. 352 a 355-TCE). Frente todo o exposto, há elementos suficientes que indicam que o superfaturamento na ordem de R\$ 19.000,00 (Dezenove mil reais) foi utilizado no custeio da referida publicação. No tópico 3.9.1 do presente relatório será explicitado e discriminado tal apontamento.

A referida despesa foi autorizada através da nota de débito n. 651 datado de 17/07/2012, sendo assim, o gestor responsável pela despesa é o Sr. Flávio Donizete Garcia.

Somente a título de informação, possíveis documentos apresentados na defesa serão objeto de circularização, ou seja, realização de diligências e confrontações para apurar sua fidedignidade, sendo que a apresentação de orçamentos e ou documentos falsos serão facilmente detectados, agravando a situação dos gestores citados. Neste sentido, caso necessário, será apurado o valor pago por divulgação de anúncios na mesma revista por empresas da iniciativa privada sediadas em Cuiabá, bem como por outros órgãos públicos.

3.2.4 – Possível superfaturamento no valor de R\$ 5.200,00 (cinco mil e duzentos reais) na divulgação de publicidade na Revista Magazine Ilustre.

Foi detectado, conforme documentos de fls. 415/429-TCE, a realização de 1 anúncio página colorida na Revista Magazine Ilustre. A divulgação refere-se a campanha Balanço 2012, localizada na página 31 da revista (fl. 429-TCE).

Conforme contrato de publicidade (fl. 418-TCE) e nota de débito e notas fiscais (fls. 415/417-TCE), o valor total da publicação foi de R\$ 10.000,00 (Dez mil reais). Deste total, a quantia de R\$ 1.940,00 refere-se a comissão da agência de publicidade Company Comunicação.

A fim de avaliar se o preço de R\$ 10.000,00 (Dez mil reais) está compatível com publicações inseridas em revista do mesmo porte (ou até em revista notoriamente maiores), foi efetuada uma comparação de valores, conforme explicitado no quadro a seguir:

Quadro 7. Preço padrão da divulgação de anúncio em revistas

Revista	Tipo de anúncio	Valor pago
Magazine Ilustre n.º 74 - Abril/2012	01 página inteira colorida	R\$ 10.000,00
Revista Ótima ano 6, edição 64 - Abril/2012	02 (duas) páginas inteiras coloridas	R\$ 8.000,00
Revista Veja ano 45, edição 2264	01 página inteira colorida	R\$ 5.440,00
Revista RDM ano XIV, n.º 227 - Abril /2012	01 página inteira colorida	R\$ 4.800,00

Revista	Tipo de anúncio	Valor pago
Revista RDM ano XIV, n.º 229	01 página inteira colorida	R\$ 4.800,00
Revista RDM ano XIV, n.º 228	01 página inteira colorida	R\$ 4.800,00
Revista Super Atual ano II, edição 18, Abril 2012	01 página inteira colorida	R\$ 4.800,00

Fonte: Vistoria in loco, documentos entre as fls. 377/381 e 557/559-TCE

Será utilizado como padrão o valor pago por anúncio por publicação na Revista RDM, revista com circulação no estado e com tiragem média de 30 mil exemplares (periódico com porte e tiragem muito superior a Magazine Ilustre) Destarte, considerando o valor médio de R\$ 4.800,00, tem-se elementos que indicam um superfaturamento no montante de R\$ 5.200,00 (R\$ 10.000,00 menos o valor de R\$ 4.800,00).

Em que pese a Revista Magazine Ilustre tem circulação restrita, sua publicação foi praticamente o dobro do preço da mesma publicação efetuada na maior revista semanal do país, a revista Veja. (fatura de veiculação de 01 página na revista Veja no valor de R\$ 5.440,00 presente na fl. 380-TCE).

Reiterando o já exposto anteriormente, a comparação é realizada com serviços idênticos, ou seja, trata-se de uma publicação de 01 página inteira colorida. Na fl. 429-TCE há cópia do anúncio da Revista Magazine Ilustre, nas figuras 4 e 6 presente nas fls. 558/559-TCE há cópia dos anúncios efetuados na Revista RDM. Após uma simples confrontação torna-se nítido que trata-se de publicações idênticas, provenientes da mesma campanha institucional.

É evidente que o preço de publicação em revistas não possui um

preço fixo, sendo que o mesmo oscila, varia, conforme a tiragem, a abrangência, a fama do veículo de comunicação. Neste sentido, por exemplo, a publicação na revista Veja será obviamente mais cara do que a publicação na revista Super Atual. Considerando exatamente estes fatores, houve a cautela em proceder a comparação com revistas de porte similares, ou até, conforme o caso em tela, com uma revista notoriamente de maior porte.

Na mesma Revista Magazine Ilustre, número 74, mês de Abril/2012, mais exatamente entre as fls. 10 a 15, há publicação de matéria no qual a então primeira dama Norma Galindo fala sobre o programa “Valorizando Vidas no seu Bairro”. Frente todo o exposto, há elementos suficientes para constatar que o superfaturamento na ordem de R\$ 5.200,00 (Cinco mil e duzentos reais) foi utilizado no custeio da referida publicação. No tópico 3.9.1 do presente relatório será explicitado e discriminado tal apontamento.

A referida despesa foi autorizada através da nota de débito n.º 522 datado de 11/04/2012, sendo assim, o gestor responsável pela despesa é o Sr. Carlos Brito de Lima.

Somente a título de informação, possíveis documentos apresentados na defesa serão objeto de circularização, ou seja, realização de diligências e confrontações para apurar sua fidedignidade, sendo que a apresentação de orçamentos e ou documentos falsos serão facilmente detectados, agravando a situação dos gestores citados. Neste sentido, caso necessário, será apurado o valor pago por divulgação de anúncios na mesma revista por empresas da iniciativa privada sediadas em Cuiabá, bem como por outros órgãos públicos.

3. Os pagamentos das despesas foram efetuados quando ordenados após sua regular liquidação (art. 63, § 2º, Lei 4.320/64; arts. 55, § 3º, e 73, Lei 8.666/93);
4. Na liquidação da despesa foram constatados títulos e documentos idôneos para a sua comprovação (art. 63, Lei 4.320/64);
5. Não foram retidos os tributos, nos casos em que o órgão deveria fazê-lo - **DB 14.**

3.2.5 – Não retenção de imposto de renda pessoa jurídica, em contrário ao artigo 651 do Regulamento do Imposto de Renda – 99.

Em consulta as despesas de publicidade liquidadas em 2012, apurou-se, conforme discriminação contida no Anexo 4, a ausência de retenção de imposto de renda pessoa jurídica, no percentual de 1,5%, sobre os valores auferidos a título de comissão pela agências de publicidade. A previsão legal da retenção está no artigo 651 do Regulamento do Imposto de Renda 99.

Art. 651. Estão sujeitas à incidência do imposto na fonte, à alíquota de um e meio por cento, as importâncias pagas ou creditadas por pessoas jurídicas a outras pessoas jurídicas (Lei nº 7.450, de 1985, art. 53, Decreto-Lei nº 2.287, de 23 de julho de 1986, art. 8º, e Lei nº 9.064, de 1995, art. 6º):

I - a título de comissões, corretagens ou qualquer outra remuneração pela representação comercial ou pela mediação na realização de negócios civis e comerciais;

II - por serviços de propaganda e publicidade.

§ 1º No caso do inciso II, excluem-se da base de cálculo as importâncias pagas diretamente ou repassadas a empresas de rádio

e televisão, jornais e revistas, atribuída à pessoa jurídica pagadora e à beneficiária responsabilidade solidária pela comprovação da efetiva realização dos serviços (Lei nº 7.450, de 1985, art. 53, parágrafo único).

§ 2º O imposto descontado na forma desta Seção será considerado antecipação do devido pela pessoa jurídica.

A correta retenção do imposto de renda é de suma importância, uma vez que conforme o inciso I do artigo 158 da Constituição Federal, tais recursos irão constituir receita municipal. A não retenção implicou em um prejuízo concreto para o município no valor de R\$ 6.005,99 (Seis mil, cinco reais e noventa e nove centavos), conforme discriminado no Anexo IV.

A possível alegação da inexistência de prejuízo ao erário é impertinente, até porque o valor retido iria ingressar imediatamente os cofres municipais, nos termos do inciso I do artigo 158 da Constituição Federal. Se porventura a pessoa jurídica efetuar o pagamento do tributo diretamente ao Governo Federal, o valor do imposto irá diretamente para a União. Na melhor das hipóteses, somente uma ínfima parcela deste valor retornará aos cofres do município de Cuiabá indiretamente via FPM – Fundo de participação dos municípios.

A coordenadora administrativa financeiro - CAF da Secretaria de Comunicação, Sra. Julieta Alina de Oliveira é a responsável pela ausência das retenções, em conjunto com o Secretário de Comunicação, pois a responsabilidade de proceder corretamente a retenção faz parte de seu cargo, conforme atestou a Controladoria do município, no ofício n.º 440/CCM/2012 (fl. 434-TCE).

3.3. LICITAÇÕES, DISPENSAS E INEXIGIBILIDADES

Em decorrência de consulta efetuada no Sistema Aplic, constatou-se a inexistência de procedimentos licitatórios homologados pela Secretaria de Comunicação no exercício de 2012.

Conforme já exposto, mais de 90% das despesas do órgão são derivados da concorrência pública n. 01/2010. Este procedimento licitatório, homologado em 2010, foi um dos objetos da representação interna n. 23.457-5/2010, julgada mediante o acórdão n. 1.905/2011-TCE-MT, publicado em 26/05/2011.

Naquela ocasião, o relatório técnico apontou as seguintes irregularidades concernentes ao processo licitatório:

2. Homologação da Concorrência 01/2010 com irregularidades insanáveis – ausência de projeto básico, ausência de publicação no Diário Oficial do Estado, descumprimento de parecer jurídico, análise de recurso por servidor incompetente e inexistência de especificação dos serviços a ser prestado -, em total desobediência aos procedimentos determinados na Lei 8.666/93 e aos direitos e garantias estabelecidos na CF.

No acórdão n. 1.905/2011 houve a manutenção, no atinente a concorrência n. 01/2010, das irregularidades referente a ausência de projeto básico, inexistência de especificação dos serviços a serem prestados e análise de recurso por servidor incompetente. Em sede recursal (acórdão n.º 1.108/2013-TP), em que pese a redução de multa ao gestor da época, as irregularidades pertinentes a citada licitação foram mantidas.

Na representação supramencionada foi questionado a não clareza e dificuldade em entender, com a facilidade necessária, qual era exatamente o objeto e as condições da licitação. Não havia projeto básico, muito menos qualquer elemento que especificasse qual era a exata composição dos serviços a serem contratados.

Entretanto, dado ao fato do procedimento licitatório ter sido homologado em 2010, o mesmo não será objeto de análise por ocasião do presente relatório.

A seguir, apresentam-se os achados de auditoria resultantes da análise da amostra selecionada:

1. Os serviços, compras e alienações não foram contratados mediante processo de licitação pública (art. 37, inc. XXI, CF) - **GB 01**.

3.3.1 – Houve realização de despesas a favor das agências Company, Logos e Luiz Gonzaga Rodrigues Júnior, sem o respaldo do devido processo licitatório, no montante de R\$ 16.773.261,49 (Dezesseis milhões, setecentos e setenta e três mil, duzentos e sessenta e um reais e quarenta e nove centavos).

Em análise aos contratos n. 19, 20 e 21/2010 (cópia entre as fls. 04 a 63-TCE), tem-se que o valor total da licitação concorrência n.º 01/2010 era de R\$ 12.000.000,00 (Doze milhões de reais).

Os citados contratos não contêm uma cláusula que afirme de maneira clara qual é o valor do contrato, situação que por si só já configuraria uma irregularidade. Porém, na fl. 17-TCE, há publicações dos extratos dos contratos em

análise na Gazeta Municipal de 28 de Maio de 2010, onde é expresso de forma nítida que o valor contratado para cada agência (Company, Logos e Luiz Gonzaga Rodrigues Jr.) é de R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais), totalizando a quantia de R\$ 12.000.000,00 (Doze milhões de reais).

Na cláusula 11.1 dos contratos há a seguinte disposição:

“11.1 – A CONTRATADA prestou garantia, em favor do CONTRATANTE, na modalidade título da dívida pública, no valor de R\$ 200.000,00 (Duzentos mil reais), correspondente a 5% (cinco por cento) do valor máximo possível a ser gasto por uma agência para a execução dos serviços objeto deste contrato” (grifei)

Da leitura da cláusula supracitada, conclui-se que o valor de R\$ 200.000,00, corresponde a 5% do máximo possível a ser gasto por uma agência. Sendo assim, após um simples cálculo, tem-se que o valor máximo a ser gasto por cada agência (valor contratual) é de R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões).

Considerando a publicação dos extratos do contrato (fl. 17-TCE) e a cláusula 11.1 dos contratos n. 19, 20 e 21/2010, é indubitável que o valor de cada contrato é de quatro milhões de reais.

Conforme estabelece o parágrafo 1º do artigo 65 da Lei n. 8.666/93 e a cláusula 12.2 dos contratos, o percentual máximo de acréscimo contratual é de 25%. Sendo assim, o valor máximo dos contratos, já considerando o acréscimo de 25%, não poderia exceder a quantia de R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais).

Após consulta ao Sistema Aplic e relatório de fls. 478/556-TCE, foi elaborado o quadro a seguir:

Quadro 8. Despesas liquidadas de publicidade em 2010, 2011 e 2012 provenientes da concorrência n.º 01/2010

agência	Valor liquidado em 2010 (a partir de 01/06/2010)	Valor liquidado em 2011	Valor liquidado em 2012	Total geral
Company	R\$ 1.615.383,23	R\$ 4.373.566,53	R\$ 3.525.079,57	R\$ 9.514.029,33
Luiz Gonzaga Rodrigues Júnior	R\$ 1.905.668,98	R\$ 4.045.288,88	R\$ 3.468.309,97	R\$ 9.419.267,83
Ganzá	R\$ 1.761.656,73	R\$ 4.297.015,81	R\$ 3.781.291,79	R\$ 9.839.964,33
Total	R\$ 5.282.708,94	R\$ 12.715.871,22	R\$ 10.774.681,33	R\$ 28.773.261,49

Fonte: Sistema Aplic referente aos exercícios de 2011 e 2012, relatório de fls.478/556-TCE

Nota: No exercício de 2010, somente foi considerado os valores liquidados a partir de 01/06/2010, data de início da vigência dos contratos n.ºs 19, 20 e 21/2010, decorrentes da concorrência n.º 01/2010.

Conforme demonstrado no quadro acima, foi liquidado a favor das agências Company, Luiz Gonzaga Rodrigues Júnior e Ganzá, desde a assinatura dos contratos n. 19, 20 e 21/2010 o valor de R\$ 28.773.261,49 (Vinte e oito milhões, setecentos e setenta e três mil, duzentos e sessenta e um real e quarenta e nove centavos).

Os termos aditivos dos contratos – fls. 18/24, 39/44 e 60/63-TCE – são todos de prazo, não mencionando em momento algum a possibilidade de acréscimo de até 25%. Aliás, cabe citar que mesmo considerando um acréscimo legal de 25% (que não foi materializado nos aditivos), o excedente representa 91,82%.

Frente todo o exposto, conclui-se que houve despesas em

detrimento do devido processo licitatório, em benefício das agências citadas, no valor de R\$ 16.773.261,49 (Dezesseis milhões, setecentos e setenta e três mil, duzentos e sessenta e um reais e quarenta e nove centavos). A partir do momento em que o valor máximo de um contrato se encerra, todas as despesas autorizadas a partir de então não possuem o lastro do devido processo licitatório, recaindo na mesma irregularidade de despesas efetuadas sem licitação.

Contudo, em razão do relatório ser restrito a análise das despesas autorizadas em 2012, a imputação de responsabilidade em autorizar despesas sem licitação, será dividida conforme quadro a seguir:

Quadro 9. Despesas de publicidade autorizadas sem licitação

Mauro Cid Nunes da Cunha – período de 01/01/2012 à 31/01/2012				
data	n.º empenho	credor	Valor empenhado	Valor liquidado
02/01/2012	008/2012	LUIZ GONZAGA RODRIGUES JUNIOR	R\$ 642.581,19	R\$ 642.581,19
02/01/2012	09/2012	COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA	R\$ 251.350,78	R\$ 251.350,78
02/01/2012	07/2012	GANZÁ PROPAGANDA/LOGOS PROPAGANDA LTDA	R\$ 225.876,51	R\$ 225.876,51
02/01/2012	018/2012	GANZÁ PROPAGANDA/LOGOS PROPAGANDA LTDA	R\$ 216.735,24	R\$ 216.735,24
total			R\$ 1.336.543,72	R\$ 1.336.543,72
Carlos Brito de Lima – período de 01/02/2012 à 06/06/2012				
29/05/2012	042/2012	LUIZ GONZAGA RODRIGUES JUNIOR	R\$ 1.211.254,45	R\$ 1.211.254,45
19/04/2012	030/2012	GANZÁ PROPAGANDA/LOGOS PROPAGANDA LTDA	R\$ 998.650,76	R\$ 998.650,76
29/05/2012	041/2012	GANZÁ PROPAGANDA/LOGOS PROPAGANDA LTDA	R\$ 888.370,31	R\$ 888.370,31

29/05/2012	043/2012	COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA	R\$ 804.435,90	R\$ 804.435,90
04/04/2012	027/2012	COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA	R\$ 800.289,52	R\$ 800.289,52
19/04/2012	032/2012	COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA	R\$ 756.357,80	R\$ 756.357,80
19/04/2012	031/2012	LUIZ GONZAGA RODRIGUES JUNIOR	R\$ 755.492,81	R\$ 755.492,81
04/04/2012	025/2012	GANZÁ PROPAGANDA/LOGOS PROPAGANDA LTDA	R\$ 587.010,29	R\$ 587.010,29
04/04/2012	026/2012	LUIZ GONZAGA RODRIGUES JUNIOR	R\$ 304.322,06	R\$ 304.322,06
total			R\$ 7.106.183,90	R\$ 7.106.183,90
Flávio Donizete Garcia – período de 07/06/2012 à 31/12/2012				
20/12/2012	082/2012	COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA	R\$ 912.645,57	R\$ 912.645,57
20/12/2012	080/2012	GANZÁ PROPAGANDA/LOGOS PROPAGANDA LTDA	R\$ 864.648,68	R\$ 864.648,68
20/12/2012	081/2012	LUIZ GONZAGA RODRIGUES JUNIOR	R\$ 554.659,46	R\$ 554.659,46
total			R\$ 2.331.953,71	R\$ 2.331.953,71

Fonte: Sistema Aplic

A irregularidade será atribuída aos gestores Mauro Cid Nunes da Cunha, Carlos Brito de Lima e Flávio Donizete Garcia, conforme a data de realização do empenho que culminou na autorização da despesa sem o devido processo licitatório.

Face as diversas irregularidades graves apuradas nos contratos n.ºs 19, 20 e 21/2010, especificadas no tópico 3.4 do presente relatório, a constatação de superfaturamento na ordem de R\$ 289.000,00 em publicações de *banners* em sites locais, realização de publicidade em contrário ao parágrafo 1º do artigo 37 da

Constituição Federal (tópico 3.9.1 do relatório) e considerando ainda que o valor contratual já foi excedido em mais de 16 milhões de reais, será sugerido a recomendação de imediata rescisão dos contratos supracitados.

A fim de que atual gestão tenha ciência dos apontamentos constatados nos contratos mencionados, será sugerido ainda o envio do presente relatório a Controladoria do Município, a fim de que este tome as medidas que julgarem cabíveis.

3.4. CONTRATOS

A amostra do presente relatório é composta pelos contratos n. 19, 20 e 21/2010, bem como seus respectivos termos aditivos.(cópias entres as fls. 04 à 63-TCE).

A seguir, apresentam-se os achados de auditoria resultantes da análise da amostra selecionada:

1. A execução dos contratos não foi acompanhada e fiscalizada por representante da Administração (art. 67 da Lei 8.666/93) - **HB 04**.

3.4.1 – Não foi apurado a existência de fiscal nos contratos n. 19, 20 e 21/2010, em contrário ao artigo 67 da Lei n.º 8.666/93

Em análise aos contratos n. 19, 20 e 21/2010 não foi apurado a existência de fiscal de contrato especificamente designado pela Secretaria de Comunicação. Apesar do contrato ser originário de 2010, durante todo o ano de

2012, os gestores poderiam e deveriam designar formalmente um servidor para acompanhar a execução dos mesmos, principalmente em se tratando de instrumentos que resultaram, apenas em 2012, em gastos superiores a R\$ 11 milhões de reais.

Na cláusula 6.2 dos contratos, há apenas uma menção genérica de que o contrato será exercido pela Secretaria Municipal de Comunicação, não especificando exatamente qual é o servidor responsável por este controle.

O artigo 67 da Lei de Licitações impõe que a execução do contrato seja acompanhada e fiscalizada por um representante da administração especialmente designado para tal fim, ou seja, não se trata de uma fiscalização genérica ou a posteriori, realizada pela Secretaria de Comunicação ou pelo setor de controle interno, e sim de um acompanhamento de perto, simultâneo, da execução contratual, onde haverá a anotação das ocorrências relevantes e eventuais equívocos na prestação dos serviços.

A fiscalização genérica da secretaria responsável pela contratação não se confunde com a determinação do artigo 67 da Lei de Licitações, neste sentido, tem-se o acórdão n. 430/2005 – Plenário-TCU:

“(...) a designação do contrato não pode ser genérica de órgão, deve necessariamente recair sobre servidor, o qual deve ser expressamente designado.”

Desta feita há necessidade de designação formal de um servidor para acompanhar o contrato, conforme recomenda o acórdão n. 2521/2003 – 1ª Câmara -TCU:

“(...) designe formalmente um representante da administração para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos, nos termos do art. 67 da referida Lei.”

Face ao exposto, para sanar o apontamento o gestor deve apresentar a portaria ou instrumento congênere que nomeou ou designou o servidor para efetuar a fiscalização dos contratos, bem como cópia dos relatórios, notificações, apontamentos e outras anotações que comprovem a efetiva atividade deste servidor durante o ano de 2012.

Neste apontamento será citado os gestores Carlos Brito de Lima e Flávio Donizete, que estiveram à frente da Secretaria no período de Fevereiro a Dezembro/2012.

2. A prorrogação dos contratos não ocorreu em conformidade com o art. 57 da Lei 8.666/93 - **HB 03**.

3.4.2 – Houve prorrogação indevida dos contratos n. 19, 20 e 21/2010.

Os contratos em análise, contêm na cláusula décima segunda a seguinte disposição:

12.1 – O presente contrato terá vigência no período de 12 (doze) meses, a contar de 28/05/2010, podendo, se assim convier às partes e ao interesse público, ser prorrogado anualmente, mediante Termo Aditivo, observado o disposto no inciso II, art. 57, da Lei n.º 8.666/93, com alterações posteriores.

12.2 – As agências contratadas ficam obrigadas a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos e supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do

valor estimado do contrato, nos termos do artigo 65, parágrafo 1º da Lei n. 8.666/93.

Com fulcro nesta cláusula, foi elaborado em 28 de maio de 2011, o 1º termo aditivo de prazo dos contratos analisados, prorrogando os mesmos pelo prazo de 1 ano.

Em 13 de março de 2012, o então Secretário de Comunicação Sr. Carlos Brito de Lima, assinou o 2º termo aditivo dos contratos n. 19, 20 e 21/2010, prorrogando a vigência dos mesmos até o dia 28 de maio de 2013.

Os contratos referem-se a serviços de publicidade institucional, aquela que conforme conceito usual, tem por objetivo divulgar informações sobre atos, obras, programas, metas e resultados de políticas públicas. Ou seja, tratam-se de ações que buscam divulgar ações do município e seus resultados.

Apesar de sua relevância, a publicidade institucional, notadamente nos municípios, ente dotado de inúmeras e essenciais atribuições, não é caracterizada como passível de enquadramento em serviços contínuos, para efeitos do inciso II do artigo 57 da Lei n. 8.666/93.

O entendimento prevalente é que para ser caracterizado como contínuo o serviço deve ser essencial. Em Cuiabá, município dotado de inúmeros e graves problemas na saúde e infraestrutura, apenas para citar alguns exemplos, é difícil conceber que publicidade institucional seja essencial. Após compulsar os autos, não constatou-se nenhuma divulgação de extrema importância, como por exemplo, uma campanha contra Dengue em uma situação de epidemia, ao contrário, a maioria dos casos remete a publicidade institucional, de divulgação de

“realizações” da administração municipal. Neste sentido, tem-se o acórdão n.º 766/2010 – Plenário -TCU:

“(…) as características necessárias para que um serviço seja considerado contínuo são: essencialidade, execução de forma contínua, de longa duração e possibilidade de que o fracionamento em períodos venha a prejudicar a execução do serviço. Manifesto minha anuência com a equipe de auditoria no sentido de que essas características encontram-se presentes nas contratações para entrega de fatores de coagulação. Não tenho dúvida de que se trata de serviço essencial, pois qualquer interrupção no fornecimento de hemoderivados deixará à própria sorte indivíduos que dependem desses medicamentos para se manterem saudáveis” (grifei)

Para validar o exposto, tem-se a seguir excertos da jurisprudências do TCU e TCE-MG pertinentes ao assunto.

Acórdão 4614/2008 - Segunda Câmara – Tribunal de Contas da União – Processo 024.957/2008-3 – Natureza Representação – Min. Rel. André Luís de Carvalho

“24. Enfim, outra impropriedade que verificamos diz respeito à possibilidade do contrato ser sucessivamente prorrogado até o limite de sessenta meses, com fundamento no art. 57, inciso II, da Lei nº 8.666/93. O TCU já expediu determinação ao Confea para que “abstenha-se de prorrogar contratos de serviços, com base no art. 57, inciso II, da Lei 8.666/93, que não sejam prestados de forma contínua, tais como fornecimento de passagens aéreas e publicidade” (grifamos - item 9.6.1 do Acórdão 1.386/2005 - Plenário). Assim, entendemos que deva ser feita determinação ao Confea para que abstenha-se de prorrogar o contrato decorrente da Concorrência nº 001/2008, relativa à prestação de serviço de publicidade, visto que tal serviço não pode ser caracterizado como de natureza continuada, conforme já havia sido determinado por meio do item 9.6.1 do Acórdão 1.386/2005 – Plenário.”(grifei)

ACÓRDÃO 1.386/2005 – Assunto – Representação – Min. Rel. Walton Alencar Rodrigues

“9.6.1-Abstenha-se de prorrogar contratos de serviços, com base no art. 57, inciso II, da Lei 8.666/93, que não sejam prestados de forma contínua, tais como fornecimento de passagens aéreas e publicidade”(grifei)

Resolução de Consulta n.º 736.572-TCE-MG, respondida na sessão plenária de 28/11/2007.

“em regra, os contratos de publicidade não se encaixam nesse quadro de contrato de duração continuada, haja vista que visam tão-somente divulgar uma determinada atividade pública, que se esgota com o seu cumprimento, sem obrigação de continuidade. Neste sentido, o contrato de publicidade não possui natureza típica de serviço contínuo...” (grifei)

Considerando que os contratos de publicidade institucional, via de regra, não são passíveis de prorrogação dada a ausência de essencialidade do serviço e que o Sr. Carlos Brito de Lima foi o responsável pela realização do 2º termo aditivo dos contratos em análise (fls. 23/24, 43/44 e 62/63-TCE), o mesmo deve ser citado a apresentar as justificativas em relação ao presente apontamento.

3. As alterações contratuais foram efetuadas em consonância com o disposto no art. 65 da Lei n° 8.666/93;
4. O objeto do contrato foi executado nos termos previamente estipulados;
5. A administração adotou providências nos casos de descumprimento de avença por parte do contratado (art. 66, 69, 70 e 76 da Lei 8.666/93);

6. As concessões de reequilíbrio econômico-financeiro dos contratos foram realizadas de acordo com as regras da Lei 8.666/93 e, subsidiariamente, as do edital (art. 65, II, d, da Lei 8.666/93).

7. Ocorrência de irregularidades na execução dos contratos (Lei n.º 8.666/1993 e demais legislações vigentes) - **HB 06**.

3.4.3 – Nos processos analisados não havia prévia cotação de preços, em contrário a a cláusula 4.1.5 dos contratos n. 19, 20 e 21/2010.

Em análise aos processos de despesas (fls. 203/477-TCE), não apurou-se a presença da cotação de preços, em contrário a cláusula 4.1.5 dos contratos analisados:

4.1.5 – fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar propostas (no mínimo três), com a indicação da mais adequada para sua execução, se não houver possibilidade de obter mais de uma proposta, a contratada deve apresentar as justificativas pertinentes.

No parágrafo 1º do artigo 14 da Lei n.º 12232/2010 também há previsão da prévia apresentação de 3 (três) orçamentos referentes aos serviços a serem contratados pelas agências de publicidade.

Art. 14. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º desta Lei.

§ 1º O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a

apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido. (grifei)

Ressalta-se que não foi apurado nos processos a existência de qualquer justificativa acerca da ausência da prévia cotação de preços.

3.4.4 – Desobediência do parágrafo 5º da cláusula sexta dos contratos n.º 19, 20 e 21/2010.

O parágrafo 5º da cláusula sexta dos contratos analisados contém a seguinte redação:

Parágrafo quinto. Será realizada, semestralmente, avaliação da qualidade de atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos, dos esforços de comunicação sugerido pela contratada, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

Em análise aos processos da Secretaria de Comunicação não foi constatado a existência do supracitado relatório de avaliação. Para sanar a impropriedade, deve ser apresentado cópia dos dois relatórios elaborados durante o ano de 2012 (já que a periodicidade exigida é semestral).

3.4.5 – Não foi dada publicidade a execução dos contratos n. 19, 20 e 21/2010, em contrário ao artigo 16 da Lei n.º 12.232/2010

O artigo 16 da Lei n.º 12.232/2010, que entrou em vigor no dia 30 de Abril de 2010, determina que:

Art. 16. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

Parágrafo único. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

Em consulta ao site da Prefeitura de Cuiabá não foi apurado a obediência ao previsto no artigo 16 supracitado. Salienta-se que tal disposição é obrigatória desde maio de 2010 e que os contratos em análise são de grande vulto, representado um dispêndio superior a 28 milhões de reais desde a sua assinatura.

Para sanar a irregularidade o gestor deve apresentar qual é o endereço eletrônico do “sítio próprio aberto” com as informações referente a execução dos contratos n. 19, 20 e 21/2010.

Antecipando-se a possíveis alegações, cita-se que o portal transparência mantido na página eletrônica do município, não atende o previsto na lei, já que esta exige os nomes dos fornecedores e veículos (ou seja, deveria ter a divulgação do nome e valores pagos a cada veículo de comunicação, como por exemplo, rádios, sites, redes de televisão, etc).

3.4.6 – Não houve o depósito do valor caução, por ocasião da prorrogação dos contratos, em contrário a cláusula 11.5 dos contratos n. 19, 20 e 21/2010

Na cláusula 11.1 dos contratos apurados é citado que a contratada prestou garantia, em favor da Prefeitura de Cuiabá, na modalidade título da dívida pública, no valor de R\$ 200.000,00 (Duzentos mil reais), correspondente a 5% do

valor máximo possível a ser gasto por uma agência para a execução dos serviços objeto do contrato. Na cláusula 11.5 é disposto que:

11.5 – Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei n. 8.666/93

Conforme já citado, houve a assinatura do 2º termo aditivo dos contratos n. 19, 20 e 21/2010 no dia 13 de março de 2012, que resultou na prorrogação do prazo contratual em 12 meses. Destarte, face a obrigação contida na cláusula 11.5, a Secretaria de Comunicação deveria exigir nova garantia.

Para sanar o apontamento, o gestor deve comprovar, mediante documentos, que houve nova prestação de garantia pelas agências Company, Logos e Genus, em razão do 2º aditivo ao contrato original.

Considerando que o Sr. Carlos Brito de Lima foi o responsável pela realização do 2º termo aditivo dos contratos em análise (fls. 23/24, 43/44 e 62/63-TCE), o mesmo deve ser citado a apresentar as justificativas em relação ao presente apontamento.

3.4.7- Ausência de inserção da tabela de preços praticadas pelos veículos de comunicação nos processos de despesa, em contrário ao artigo 15 da Lei n. 12.232/2010.

O serviço mais relevante praticado pelas agências Company, Luiz Gonzaga Rodrigues Junior/Genus e Logos/Ganzá Propaganda (sob o ponto de vista do custo financeiro) é a intermediação da divulgação de matérias em diversos veículos de comunicação. Reitera-se que há outras atividades previstas nos contratos analisados (dispostas na cláusula primeira), contudo, a mais volumosa e

dispendiosa atividade é a que, em síntese, consiste na contratação de jornais, rádios, sites e rede de televisão para divulgação de material publicitário aprovado pelo município. Sob esta atividade há a incidência do denominado “desconto da agência” (remuneração da agência de publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes), no percentual bruto de 20% (cláusula 7.7 dos contratos).

A licitação concorrência n.º 01/2010 foi efetuada em março de 2010 e os contratos decorrentes da mesma foram assinados em 27 de maio de 2010. A lei n. 12.232/2010 que dispôs sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda foi publicada em 30/04/2010, entrando em vigor nesta data.

Na data de assinatura do contratos (27/05/2010), a lei n. 12.232/2010 já estava em vigor. Destarte, os contratos em análise já deveriam ter sido elaborados considerando os aspectos contidos nesta norma.

O artigo 15 da Lei n.º 12.232/2010 dispõe que:

Art. 15. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

Parágrafo único. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação. (grifei)

Em consulta aos processos de despesas de fls. 203 à 477-TCE não constatou-se, em nenhum caso, a inserção da tabela de preços praticados pelos veículos. De modo geral, o processo é composto apenas da nota de débito, nota fiscal da agência e do veículo de comunicação e do pedido de inserção.

Anexar a tabela de preços vigentes do veículo de comunicação, além de obedecer a uma prescrição legal, representa em mais um instrumento de comprovação para o controle externo e social. Através deste é possível apurar se os preços da divulgação estão de acordo ou não com os preços praticados pelo mercado, evitando-se assim superfaturamentos e conseqüente desvios de recursos públicos.

Ressalta-se que a lei n. 12.232/2010 está vigente desde o dia 30/04/2010, ou seja, no exercício de 2012 já havia mais de 20 meses de sua publicação, sendo descabida a alegação de desconhecimento ou inaplicabilidade desta norma no caso em tela.

Ainda no tocante a execução contratual, observou-se a contratação da Associação Movimento Comunitário Rádio Educativo FM Cuiabá -MT – CNPJ n.º 02.438.140/0001-71(fl. 471/477-TCE) para veiculação de publicidade institucional. Conforme nota fiscal de fl. 473-TCE, o valor pago a referida rádio foi de R\$ 4.000,00.

As rádios comunitárias, em razão de sua finalidade e característica, tem sua outorga concedida a fim atender especificamente certa comunidade. Seu processo de constituição é diferenciado e sua cobertura é restrita. Em razão de seu objetivo e natureza é vedado a transmissão de publicidade comercial. Neste sentido tem-se a Resolução de Consulta n.º 36/2009-TCE-MT:

RESOLUÇÃO DE CONSULTA Nº 36/2009

(...)em responder objetivamente ao consulente que não é legal a participação de uma emissora comunitária de radiodifusão em licitação pública, bem como, o recebimento pela mesma de contraprestação pecuniária por transmissão de comunicação institucional da Câmara Municipal (...).

Desta forma, será sugerido a expedição de determinação proibindo a contratação de rádios comunitárias por agências de publicidade que prestam serviço a Secretaria Municipal de Comunicação.

3.5. ENCARGOS PREVIDENCIÁRIOS

Integraram a amostra analisada os encargos previdenciários junto ao INSS e ao Cuiabá-Prev referente aos meses de janeiro a abril de 2012.

A seguir, apresentam-se os achados de auditoria resultantes da análise da amostra selecionada:

1. Houve contabilização da contribuição previdenciária patronal devida à previdência geral e/ou própria;
2. Houve pagamento da contribuição previdenciária patronal à previdência geral e/ou própria (art. 40, CF);
3. As quotas de contribuição previdenciária descontadas dos segurados foram repassadas à previdência geral e/ou própria (art. 40, CF).

3.6. RESTOS A PAGAR

3.6.1 - Pagamento de obrigações com preterição de ordem cronológica de sua exigibilidade (arts. 5º e 92 da Lei nº 8.666/1993) – **JB 12**.

Conforme dados constantes no Aplic, a Secretaria Municipal de Comunicação possui o valor de R\$ 21.966,41 de restos a pagar processados de exercícios anteriores (valores discriminados no Anexo 2 do presente relatório).

Há restos a pagar processados dos exercícios de 2009, 2010 e 2011, configurando uma desobediência da ordem cronológica de pagamentos. Considerando que trata-se de dívidas exigíveis a mais de um ano, as mesmas deveriam ter prioridade de pagamento em relação as despesas constituídas no exercício de 2012.

Neste sentido, cabe informar que a obrigatoriedade de se obedecer a ordem cronológica de pagamento está positivada no *caput* do artigo 5º da Lei 8.666/93, abaixo transcrito:

Art.5º Todos os valores, preços e custos utilizados nas licitações terão como expressão monetária a moeda corrente nacional, ressalvado o disposto no art. 42 desta Lei, devendo cada unidade da Administração, no pagamento das obrigações relativas ao fornecimento de bens, locações, realização de obras e prestação de serviços, obedecer, para cada fonte diferenciada de recursos, a estrita ordem cronológica das datas de suas exigibilidades, salvo quando presentes relevantes razões de interesse público e mediante prévia justificativa da autoridade competente, devidamente publicada. (grifei)

Sendo assim, salvo relevantes razões de interesse público,

devidamente justificadas, a Secretaria Municipal de Comunicação deveria obedecer a estrita ordem cronológica de pagamento. A não obediência desta regra denota que o gestor está privilegiando determinados fornecedores em detrimento de outros, atitude contrária aos princípios da moralidade, impessoalidade e isonomia. Para validar esta conclusão, tem-se o entendimento extraído do livro Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos do autor Marçal Justen Filho:

“impõe-se que os pagamentos devidos pela Administração atendem para a ordem cronológica das exigibilidades. Isso significa que a Administração não pode “escolher” a quem “beneficiará” com o pagamento. Isso evita prática reprováveis que já foram denunciadas, em que a liberação do pagamento ficava na dependência de gestões políticas, etc.”

“o referido art.5º consagra o dever de a Administração liquidar suas dívidas segundo a ordem cronológica. Ou seja, é inquestionável que a Administração tem de cumprir os prazos e satisfazer as dívidas segundo as regras previstas em Lei ou no contrato. Mas, além disso, a Administração está constrangida a observar uma ordem cronológica, de tal modo que não dispõe de discricionariedade para escolher a ordem de preferência para pagamento.”

Coaduna com tais entendimentos, a lição do professor Jorge Ulisses Jacoby Fernandes integrante de sua obra “Vade-mécum de licitações e contratos”.

*“Um dos grandes avanços da lei 8.666/93 foi estender ao ordenador de despesa o dever de observar o princípio da impessoalidade no ato de liberação dos pagamentos. Rompeu-se definitivamente com a escolha entre os devedores na priorização de pagamentos. Para operacionalizar essa pretensão, definiu que os pagamentos devidos pela administração pública decorrentes da aplicação da lei de Licitações e Contratos deverão ser realizados segundo a rigorosa ordem cronológica da **exigibilidade** do crédito. Como exigível tem-se o crédito decorrente de obrigação cumprida nos termos da Lei e do contrato, na forma estabelecida no instrumento convocatório, devidamente atestada.” (grifo no original)*

A persistência do gestor em descumprir a ordem cronológica, sem justificativa plausível, pode denotar a existência de intenção em atribuir vantagem indevida a determinados fornecedores, fato que pode implicar no crime previsto no artigo 92 da Lei 8.666/93.

A irregularidade será tratada como reincidência, uma vez que no acórdão n. 181/2012-PC publicado no dia 02/08/2012, havia a seguinte determinação:

“Respeite a ordem cronológica dos pagamentos dos restos a pagar, bem como consigne a assinatura dos gestores responsáveis, bem como do contador, nos documentos contábeis que irão instruir as futuras contas de gestão do órgão”.

Entretanto, em desprezo a determinação exarada por este Tribunal, o gestor da época da publicação do acórdão, Sr. Flávio Donizete Garcia, persistiu em não efetuar o pagamento dos restos a pagar já processados dos exercícios anteriores.

Frente ao exposto, deve ser apresentada justificativas plausíveis que validem o não pagamento dos restos a pagar processados de exercícios anteriores durante o ano de 2012.

Não foi apurado cancelamento de restos a pagar processados durante o exercício em análise.

3.7. PRESTAÇÃO DE CONTAS

Uma das maiores limitações para o exercício do controle externo é a ausência de remessa tempestivas das informações do Aplic. Considerando que os jurisdicionados não encaminham mais o tradicional “balancete”, a maior parte da auditoria simultânea é efetuada com base nos dados encaminhados via Sistema Aplic, sendo assim, quando estas informações não são encaminhadas no prazo regimental, ou quando as mesmas são incompletas, o exercício da auditoria é absolutamente restringido. A Prefeitura de Cuiabá, vêm de maneira reiterada, atrasando o envio dos dados do Aplic, tolhendo, prejudicando o exercício do controle externo. No exercício objeto do relatório (2012), no que se refere a Prefeitura (que abrange todas as secretarias), de todas as cargas do Aplic, somente foi encaminhada dentro do prazo legal os meses de julho, agosto e setembro/2012, todo o restante foi enviado em atraso.

Não bastassem os reiterados atrasos, os dados encaminhados são incompletos. Não há dados atinentes aos contratos, licitações, convênios, dentre outros itens obrigatórios, que viabilizariam o exercício do controle externo.

A carga do Aplic referente ao mês de dezembro/2012 foi encaminhada somente no dia 16/05/2013, configurando um atraso de cerca de 70 dias, fato que prejudicou o planejamento da conclusão do presente relatório.

Apesar das limitações descritas, a Secretaria Municipal de Comunicação não é responsável pelo envio dos dados ao Sistema Aplic, uma vez que esta incumbência pertence a Controladoria e Contabilidade do Município, responsável pela fiscalização do contrato n. 03/2011 junto a empresa Mohamed

Kandoussi-ME.

3.8. SISTEMA DE CONTROLE INTERNO

O controle interno do Município de Cuiabá é exercido pela Controladoria e Contabilidade. Dado ao orçamento relevante da Prefeitura e a pequena estrutura da Controladoria, foi informado pelo Controlador que o trabalho é executado mediante amostragem.

Em análise as ações da Controladoria no período de Janeiro a Setembro/2012, não foi constatado a elaboração de relatório ou inspeção especificamente destinado à Secretaria Municipal de Comunicação.

Aspectos referentes a atuação do controle interno serão apurados no relatório das contas de gestão da Controladoria e Contabilidade do município.

3.9. OUTROS ASPECTOS RELEVANTES

3.9.1 - Promoção pessoal custeada com recursos públicos – (parágrafo 1º do artigo 37 da Constituição Federal).

Conforme exposto no tópico 3.2.4 do presente relatório, foi apurado um possível superfaturamento na publicação da matéria “*Cuiabá não para de avançar. Pare pra ver*” na Revista Magazine Ilustre (cópia do processo de despesa entre as fls. 419 a 429-TCE). Na mesma revista, a então primeira dama do município, Sra. Norma Galindo foi tratada com destaque, sendo inclusive capa da revista (vide fl. 419-TCE).

Desta feita, há documentos que indicam um superfaturamento de R\$ 5.200,00 exatamente na revista Magazine Ilustre que efetua uma promoção da então primeira dama.

Neste mesmo sentido, na divulgação de matéria institucional na edição 48 da Revista Camalote (tópico 3.2.3 do presente relatório), foi apurado, conforme documentos constantes nos autos, um superfaturamento na ordem de R\$ 19.000,00 (Dezenove mil reais). Do mesma forma do ocorrido no caso da Magazine Ilustre, na revista Camalote há também uma matéria que enaltece a ex-primeira Dama (vide fls. 352 a 356-TCE).

São elementos suficientes para exigir que o gestor da Secretaria de Comunicação promova justificativas que afastem de pleno a possível imputação de promoção pessoal custeado com recursos públicos, fato expressamente vedado na Constituição Federal.

De acordo com o parágrafo 1º do artigo 37 da Constituição da República, a publicidade custeada com recursos públicos deve se limitar a divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, onde é indispensável a existência de caráter educativo, informativo ou de orientação social, não podendo constar em tais publicações nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal.

A seguir redação integral de tal limitação constitucional:

Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade,

moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte:
(Redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998)

§ 1º - A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos. (grifei)

No caso da Revista Magazine Ilustre, há divulgação de foto da primeira dama que ocupa toda a primeira página da revista (fl. 419-TCE). No editorial da revista (fl. 420-TCE) é afirmado que “(...) a primeira dama da capital faz e mostra trabalho”.

Na fl. 423-TCE há uma nova foto da primeira dama que ocupa a página inteira da revista. Na fl. 425-TCE há mais três fotos em menor tamanho da Sra. Norma Galindo. Em que pese a matéria tratar do programa “Valorizando Vidas no seu Bairro”, em diversos momentos há uma claro e evidente enaltecimento da pessoa da Sra. Norma Galindo.

Apenas para delinear a diferença entre a hipótese prevista na Carta Magna e o fato concreto, a revista poderia efetuar a divulgação do programa Valorizando Vidas sem a necessidade de tão intensa divulgação da imagem da ex-primeira dama.

Para alcançar o caráter educativo, informativo ou de orientação social da matéria não há necessidade de tão elevado destaque da pessoa da primeira dama. Trata-se de uma transgressão direta a previsão de publicidade presente no parágrafo 1º do artigo 37 da Constituição da República.

Neste sentido tem-se lição do professor Manoel Gonçalves Ferreira Filho, extraído do seu livro “Comentários à Constituição Brasileira de 1988”:

“Visa esta norma a impedir que a publicidade governamental sirva de instrumento promocional para autoridades ou servidores públicos. Ela, assim, não proíbe essa publicidade; na verdade, seria absurdo que o fizesse, pois ela é indispensável à informação que o cidadão tem direito de receber (v. art. 5º, XXXIII). Todavia, essa publicidade poderá ter, além desse caráter informativo, também caráter educativo, ou de orientação social. No desiderato de impedir a personalização, ainda que indireta, dessa publicidade, o texto proíbe o uso de nomes ou imagens que vinculem a divulgação a governante ou servidor determinado.” (grifei)

A fim de que não paire dúvidas acerca do enquadramento da impropriedade, o presente apontamento é alicerçado em jurisprudência da corte máxima brasileira, extraído do RE 191.668 que teve voto proferido pelo Relator Min. Menezes Direto, o qual tece com propriedade o entendimento acerca da matéria.

“ a regra constitucional do artigo 37, caput e parágrafo 1º, objetiva assegurar a impessoalidade da divulgação dos atos governamentais que devem voltar-se exclusivamente para o interesse social. Não quis o constituinte que os atos de divulgação servissem de instrumento para a propaganda de quem está exercendo o cargo público, espraiando com recursos orçamentários a sua presença política no eleitorado. O que o constituinte quis foi marcar que os atos governamentais objeto de divulgação devem revestir-se de impessoalidade, portanto, caracterizados como atos do governo e não deste ou daquele governo em particular. Não foi por outra razão que a redação do parágrafo 1º do artigo 37 da Constituição de 1988, prestes a completar 20 anos, restringiu a publicidade ao caráter educativo, informativo ou de orientação social, “dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos”. No momento em que existe a possibilidade de reconhecimento ou identificação da origem pessoal ou partidária da publicidade há, sem dúvida, o

rompimento do princípio da impessoalidade determinada no caput, bem como configuração de promoção pessoal daquele que exerce o cargo público no padrão de sua vinculação com determinado partido político que ensejou a sua eleição. Assim, direta ou indiretamente, a vedação é alcançada toda vez que exista a menor possibilidade que seja de desvirtuar-se a lisura desejada pelo constituinte, sequer sendo necessário construir interpretação tortuosa que autorize essa vedação, nascida que é da simples leitura do texto da espécie normativa de índole constitucional. Com isso, o que se deve explicitar é que a regra constitucional veda qualquer tipo de identificação pouco relevando que seja por meio de nome, de slogan ou de imagem capaz de vincular o governo à pessoa do governante ou a seu partido. Qualquer margem de abertura nesse princípio é capaz de ensejar no tempo exceções que levam à inutilidade do dispositivo” (grifei)

Conforme cita o eminente Ministro Relator, a partir do momento em há possibilidade de reconhecimento ou identificação da origem pessoal da publicidade há, sem dúvida, o rompimento do princípio da impessoalidade.

Do mesmo forma da constatada na Revista Magazine Ilustre, há na Revista Camalote - edição 48 referente a junho/2012, mais uma promoção pessoal da primeira dama. Na fl. 352-TCE há cópia da página 10 da citada revista, com evidente destaque a imagem da Sra. Norma Galindo. Em diversos trechos da matéria (objeto de superfaturamento na ordem de 19.000,00, conforme tópico 3.2.4 do relatório) há enaltecimento da pessoa e das supostas qualidades da primeira Dama. Segue alguns trechos:

(...)“Idealizadora de programas sociais de sucesso como “valorizando vidas” e “um sonho a mais”, a primeira-dama de Cuiabá uniu secretarias e usou a máquina pública em benefício da sociedade” (...) (fl. 353-TCE)

(...)Quando questionada sobre a sua dedicação, ela responde simplesmente que gosta de gente e acredita nas pessoas, que ouvir é o primeiro passo para solucionar um problema”(...) (fl. 353-TCE)

Antecipando as prováveis justificativas do gestor, cabe citar que neste caso não se trata de uma prestação de contas, muito menos de um suposto exercício do princípio da publicidade, pelo simples fato de que a publicidade deve ser das ações da administração pública e não da pessoa do gestor. Portanto, não há confusão alguma entre a vedação contida no parágrafo 1º do artigo 37 da Constituição da República e o princípio da publicidade, uma vez que a publicidade se consubstancia mediante a publicação oficial, como por exemplo editais de concurso, licitações, contratos, etc, e também mediante publicações de cunho educativo, informativo ou de orientação social. A veiculação de diversas fotos e elogios, não representam a publicidade permitida na Constituição, pelo contrário, trata-se de uma evidente auto promoção.

Oportuno citar ainda que está dentro da competência desta Corte de Contas a análise de tal publicidade, conforme é destacado no já citado parecer n.º 05-90 do TCE-RS

Acresce o fato de que tal tipo de divulgação ilícita, não raro, é ainda operada através da publicação, em revistas e jornais da grande imprensa de “matérias pagas” onde inseridos o nome ou fotografias dos governantes, ou o logotipo da sua administração, ou, ainda, o símbolo do partido político a que pertencem. Tal prática, além de afrontar o art. 37, § 1º da Constituição atinge, igualmente, os princípios da moralidade e razoabilidade administrativas, ferindo ainda a economicidade, de forma a ensejar plenamente a incidência do controle externo de competência do Tribunal de Contas (CF, arts. 70 e 71), seja por via de sua atividade de índole judicante (CF, art. 71, II), seja por intermédio de sua atividade administrativa. Aí poderá, o Tribunal de Contas, no uso de sua competência constitucional, realizar ex officio inspeções e auditorias de natureza contábil, financeira, orçamentária e patrimonial nas unidades administrativas dos Poderes do Estado e nas entidades da Administração Indireta que estiverem insistindo em tal prática inconstitucional e lesiva ao Erário, de modo que, constatada a ilegalidade, poderá esta Corte promover inclusive as providências tendentes à sustação dos contratos de publicidade ilícita (CF, art. 71,

X e § 1º).. Em suma, não pode a Administração Pública divulgar, através de publicação na imprensa suas obras, serviços, atos ou campanhas quando as mesmas não tiverem caráter educativo, informativo ou de orientação social, nem de forma explícita, nem implicitamente, através de subterfúgios ou de eufemismos, como as aludidas “prestações de contas” ou “compras de espaço” para preenchimento posterior com notícias que, na verdade, visam mais a beneficiar o agente público ou político do que o interesse público. E, em qualquer hipótese, isto é, mesmo quando tal divulgação for lícita, por conformar-se aos limites constitucionais acima expostos, não deverá conter a peça divulgatória nenhum nome, símbolo, imagem, marca ou logotipo de agentes políticos, partidos políticos ou instituições públicas que caracterizem promoção pessoal(...)
grifei

A nota de débito n. 522 (fl. 415-TCE), referente a publicação de anúncio na revista Magazine Ilustre é datada de 11/04/2012, sendo assim, será notificado o Sr. Carlos Brito de Lima a apresentar a justificativa pertinente. Já a nota de débito n. 651, (fl. 346-TCE) referente a publicação de matéria na revista Camalote é datada de 17/07/2012, portanto, a citação será direcionada ao Sr. Flávio Donizete Garcia, responsável pela liquidação e autorização de pagamento da despesa.

A fim de informar a defesa, caso haja manutenção da irregularidade, haverá sugestão de imposição de multa e posterior envio ao Ministério Público Estadual, a fim de que este, caso entenda necessário, promova a devida denúncia em razão da caracterização de improbidade administrativa prevista nos artigos disposto nos artigos 9º, inciso XII e 11, inciso II, ambos da Lei n. 8.429/92.

3.13. REGRAS ELEITORAIS DE FINAL DE MANDATO

Os gastos com publicidade institucional dos últimos quatro anos

(2009 a 2012) da Secretaria de Comunicação de Cuiabá estiveram concentrados em apenas três empresas, quais sejam, Company Comunicação, Luiz Gonzaga Rodrigues Júnior/Genus e Ganzá Propaganda.

Visando apurar se no período de 01/01/2012 a 06/07/2012, as despesas com publicidade institucional excederam a média dos gastos dos 03 (três) últimos exercícios (2009, 2010 e 2011), conforme veda o inciso VII do artigo 73 da Lei n. 9.504/97, foi elaborado o seguinte quadro:

Quadro 10. Valores liquidados publicidade institucional

agência	Valor liquidado em 2009	Valor liquidado em 2010	Valor liquidado em 2011	Valor liquidado em 2012 (apenas no período de 01/01/12 a 06/07/12)
Company	R\$ 0,00	R\$ 1.615.383,23	R\$ 4.373.566,53	R\$ 2.612.434,00
Luiz Gonzaga Rodrigues Júnior	R\$ 3.312.471,25	R\$ 3.655.406,87	R\$ 4.045.288,88	R\$ 2.913.650,51
Ganzá	R\$ 3.312.388,94	R\$ 3.501.466,98	R\$ 4.297.015,81	R\$ 2.916.643,11
Total	R\$ 6.624.860,19	R\$ 8.772.257,08	R\$ 12.715.871,22	R\$ 8.442.727,62

Fonte: relatório de fls.478 à 556-TCE, Sistema Aplic referente aos exercícios de 2009, 2011 e 2012

A média dos valores aplicados em publicidade nos exercícios de 2009, 2010 e 2011 é de R\$ 9.370.496,16, portanto menor que o valor dispendido em 01/01/2012 a 06/07/2012 (R\$ 8.442.727,62). Este valor é também menor que o gasto no último exercício (R\$ 12.715.871,22), portanto, não foi constatado desobediência ao previsto no inciso VII do artigo 73 da Lei n. 9.504/97.

No que refere-se a vedação do artigo 73, VI, “b” da Lei n. 9.504/97, qual seja a proibição de publicidade institucional no período de 07/07/2012 a 07/10/2012 (três meses antes do pleito), em análise a amostra selecionada (fls. 203/477-TCE) também não foi constatado a realização de publicidade especificamente neste período.

4. CUMPRIMENTO DAS DETERMINAÇÕES/RECOMENDAÇÕES DO TCE

Mediante o acórdão n. 181/2012-PC publicado no dia 02/08/2012, as contas da Secretaria Municipal de Comunicação foram julgadas regulares, com a imposição de determinações. Assinala-se que não foram impostas recomendações e sim apenas determinações.

Na auditoria do exercício de 2012 foi apurado se as determinações elencadas no acórdão supradito foram obedecidas ou não, conforme exposto no quadro a seguir:

	Determinações – acórdão n.º 181/2012 – PC – contas anuais 2011	Situação verificada no exercício de 2012
01	Respeite a ordem cronológica dos pagamentos dos restos a pagar, bem como consigne a assinatura dos gestores responsáveis, bem como do contador, nos documentos contábeis que irão instruir as futuras contas de gestão do órgão	Em razão da existência de restos a pagar processados de exercícios anteriores, conclui-se que não houve obediência a ordem cronológica de pagamento dos restos a pagar. As contas de gestão de 2012 da Secretaria de Comunicação não contêm demonstrativos contábeis individualizados, prejudicando a verificação da determinação atinente a presença de assinaturas.

5. DENÚNCIAS

Até o período analisado, não foram apresentadas ao TCE-MT denúncias contra atos de gestão praticados pelo administrador ou responsável.

6. REPRESENTAÇÕES

Até o período analisado, não foram apresentadas ao TCE-MT representações internas e externas contra atos de gestão praticados pelo administrador ou responsável.

7. TOMADA DE CONTAS

Até o período analisado, não foram apresentadas processos relativos a Tomada de Contas.

8. RECOMENDAÇÕES

Com objetivo de fortalecer o controle interno e evitar reincidências de falhas citadas neste relatório, bem como as de menor gravidade, recomenda-se:

8.1 – Em razão das diversas irregularidades graves apuradas nos contratos n. 19, 20 e 21/2010, a constatação de superfaturamento na ordem de R\$ 289.000,00 em publicações de *banners* em sites locais, realização de publicidade em contrário ao parágrafo 1º do artigo 37 da Constituição Federal e considerando ainda que o valor contratual já foi excedido em mais de 16 milhões de reais, recomenda-se a atual gestão a imediata rescisão dos contratos supracitados;

8.2 - Que o presente relatório seja encaminhado a Controladoria do Município, a fim de que atual gestão tenha ciência dos apontamentos referentes aos contratos de publicidade.

9. DETERMINAÇÕES

No intuito de colaborar com o constante aperfeiçoamento da Administração Pública, sugerem-se que sejam determinadas as seguintes providências aos responsáveis:

9.1 – Em razão da finalidade e característica das rádios comunitárias, que haja proibição de contratação deste meio de comunicação para veicular publicidade institucional da Prefeitura, nos termos da Resolução de Consulta n.º 36/2009-TCE-MT;

9.2 – Realize, nos termos previstos no artigo 651 do Regulamento do Imposto de Renda e inciso I do artigo 158 da Constituição Federal, a retenção deste imposto nos pagamentos efetuados a título de comissão para agências de publicidade;

9.3 - Proceda o pagamento dos restos a pagar processados de exercícios anteriores, em cumprimento a ordem cronológica de pagamentos prevista nos artigos 5º e 92 da Lei n. 8.666/93.

10. CONCLUSÃO

Apresentam-se, a seguir, as irregularidades relativas às amostras analisadas no período, para fins de citação, nos termos do § 1º do art. 256 RITCE-MT:

Sr. Mauro Cid Nunes da Cunha

1 - GB 01. Licitação_Grave. Não-realização de processo licitatório, nos casos previstos na Lei de Licitações (art. 37, XXI, da Constituição Federal e arts. 2º, *caput*, e 89 da Lei 8.666/1993).

1.1 Houve realização de despesas a favor das agências Company, Logos e Luiz Gonzaga Rodrigues Júnior, sem o respaldo do devido processo licitatório, no montante de R\$ 1.336.543,72 (Um milhão, trezentos e trinta e seis mil, quinhentos e quarenta e três reais e setenta e dois centavos) - ITEM 3.3.1

Sr. Carlos Brito de Lima

2 - JB 01. Despesa_Grave. Realização de despesas consideradas não autorizadas, irregulares e lesivas ao patrimônio público, ilegais e/ou ilegítimas (art. 15 da Lei Complementar 101/2000 - LRF, art. 4º da Lei 4.320/1964 ou legislação específica).

2.1 - Despesas ilegítimas na contratação de serviços de projeto para fachada no valor de R\$ 2.000,00 (Dois mil reais) - ITEM 3.2.1

3 - JB 02. Despesa_Grave. Pagamento de despesas referente a bens e serviços em valores superiores ao praticado no mercado e/ou superiores ao contratado – superfaturamento (art. 37, *caput*, da Constituição Federal e art. 66 da Lei 8.666/1993).

3.1 - Constatação de superfaturamento no valor total de R\$ 92.340,00 (Noventa e dois mil, trezentos e quarenta reais), proveniente da divulgação de *banners* em sites locais - ITEM 3.2.2

3.2 - Possível superfaturamento no valor de R\$ 5.200,00 (cinco mil e duzentos reais) na divulgação de publicidade na Revista Magazine Ilustre - ITEM 3.2.4

4 - HB 03. Contrato_Grave. Prorrogação indevida de contrato de prestação de serviços de natureza não-continuada com fulcro no art. 57, II, da Lei 8.666/93.

4.1 - Prorrogação indevida dos contratos n. 19, 20 e 21/2010 - ITEM 3.4.2

5 - DB 14. Gestão Fiscal/Financeira_Grave. Não-retenção de tributos, nos casos em que esteja obrigado a fazê-lo, por ocasião dos pagamentos a fornecedores.

5.1 - Ausência de retenção de imposto de renda pessoa jurídica no valor de R\$ 4.967,54 (Quatro mil, novecentos e sessenta e sete reais e cinquenta e quatro centavos), em contrário ao inciso I do artigo 158 da Constituição Federal e artigo 651 do Regulamento de Imposto de Renda 99 - ITEM 3.2.5

6 - GB 01. Licitação_Grave. Não-realização de processo licitatório, nos casos previstos na Lei de Licitações (art. 37, XXI, da Constituição Federal e arts. 2º, *caput*,

e 89 da Lei 8.666/1993).

6.1 - Houve realização de despesas a favor das agências Company, Logos e Luiz Gonzaga Rodrigues Júnior, sem o respaldo do devido processo licitatório, no montante de R\$ 7.106.183,90 (Sete milhões, cento e seis mil, cento e oitenta e três reais e noventa centavos) - ITEM 3.3.1

7 - HB 04. Contrato_Grave. Inexistência de acompanhamento e fiscalização da execução contratual por um representante da Administração especialmente designado (art. 67 da Lei 8.666/93).

7.1 - Não foi apurado a existência de fiscal nos contratos n. 19, 20 e 21/2010, em contrário ao artigo 67 da Lei n.º 8.666/93 - ITEM 3.4.1

8 - HB 06. Contrato_Grave. Ocorrência de irregularidades na execução dos contratos (Lei 8.666/1993 e demais legislações vigentes).

8.1 - Nos processos analisados não havia prévia cotação de preços, em contrário a cláusula 4.1.5 dos contratos n. 19, 20 e 21/2010 - ITEM 3.4.3

8.2 - Desobediência do parágrafo 5º da cláusula sexta dos contratos n. 19, 20 e 21/2010 - ITEM 3.4.4

8.3 - Não foi dado publicidade a execução dos contratos n. 19, 20 e 21/2010, em contrário ao artigo 16 da Lei n.º 12.232/2010 - ITEM 3.4.5

8.4 - Não houve o depósito do valor caução, por ocasião da prorrogação dos

contratos, em contrário a cláusula 11.5 dos contratos n. 19, 20 e 21/2010 - ITEM 3.4.6

8.5 - Ausência de inserção da tabela de preços praticadas pelos veículos de comunicação nos processos de despesa, em contrário ao artigo 15 da Lei n. 12.232/2010 - ITEM 3.4.7

9 - JB 12. Despesa_Grave. Pagamento de obrigações com preterição de ordem cronológica de sua exigibilidade (arts. 5 e 92 da Lei 8.666/1993).

9.1 - Pagamento de obrigações com preterição de ordem cronológica de sua exigibilidade (arts. 5º e 92 da Lei nº 8.666/1993) - ITEM 3.6.1

10 - Não classificada na Resolução Normativa n.º 17/2010 - Promoção pessoal custeada com recursos públicos – (parágrafo 1º do artigo 37 da Constituição Federal).

10.1 - Promoção pessoal da ex-primeira dama Sra. Norma Galindo, mediante publicação de matéria, com possível superfaturamento, na revista Magazine Ilustre - ITEM 3.9.1

Flávio Donizete Garcia

11 - JB 02. Despesa_Grave. Pagamento de despesas referente a bens e serviços em valores superiores ao praticado no mercado e/ou superiores ao contratado – superfaturamento (art. 37, *caput*, da Constituição Federal e art. 66 da Lei 8.666/1993).

11.1 - Constatação de superfaturamento no valor total de R\$ 196.660,00 (Cento e noventa e seis mil, seiscentos e sessenta reais), proveniente da divulgação de *banners* em sites locais - ITEM 3.2.2

11.2 - Possível superfaturamento no valor de R\$ 19.000,00 (dezenove mil reais) na divulgação de publicidade na Revista Camalote - ITEM 3.2.3

12 - DB 14. Gestão Fiscal/Financeira_Grave. Não-retenção de tributos, nos casos em que esteja obrigado a fazê-lo, por ocasião dos pagamentos a fornecedores.

12.1 - Ausência de retenção de imposto de renda pessoa jurídica no valor de R\$ 1.038,45 (Um mil, trinta e oito reais e quarenta e cinco centavos), em contrário ao inciso I do artigo 158 da Constituição Federal e artigo 651 do Regulamento de Imposto de Renda 99 - ITEM 3.2.5

13 - GB 01. Licitação_Grave. Não-realização de processo licitatório, nos casos previstos na Lei de Licitações (art. 37, XXI, da Constituição Federal e arts. 2º, *caput*, e 89 da Lei 8.666/1993).

13.1 - Houve realização de despesas a favor das agências Company, Logos e Luiz Gonzaga Rodrigues Júnior, sem o respaldo do devido processo licitatório, no montante de R\$ 2.331.953,71 (Dois milhões, trezentos e trinta e um mil, novecentos e cinquenta e três reais e setenta e um centavos) - ITEM 3.3.1

14 - HB 04. Contrato_Grave. Inexistência de acompanhamento e fiscalização da execução contratual por um representante da Administração especialmente designado (art. 67 da Lei 8.666/93).

14.1 Não foi apurado a existência de fiscal nos contratos n. 19, 20 e 21/2010, em contrário ao artigo 67 da Lei n.º 8.666/93 - ITEM 3.4.1

15 - HB 06. Contrato_Grave. Ocorrência de irregularidades na execução dos contratos (Lei 8.666/1993 e demais legislações vigentes).

15.1 - Nos processos analisados não havia prévia cotação de preços, em contrário a cláusula 4.1.5 dos contratos n. 19, 20 e 21/2010 - ITEM 3.4.3

15.2 - Desobediência do parágrafo 5º da cláusula sexta dos contratos n. 19, 20 e 21/2010 - ITEM 3.4.4

15.3 - Não foi dado publicidade a execução dos contratos n. 19, 20 e 21/2010, em contrário ao artigo 16 da Lei n. 12.232/2010 - ITEM 3.4.5

15.4 - Ausência de inserção da tabela de preços praticadas pelos veículos de comunicação nos processos de despesa, em contrário ao artigo 15 da Lei n. 12.232/2010 - ITEM 3.4.7

16 - JB 12. Despesa_Grave. Pagamento de obrigações com preterição de ordem cronológica de sua exigibilidade (arts. 5 e 92 da Lei 8.666/1993).

16.1 - Pagamento de obrigações com preterição de ordem cronológica de sua exigibilidade (arts. 5º e 92 da Lei nº 8.666/1993) - ITEM 3.6.1 – **reincidência**

17 - Não classificada na Resolução Normativa n.º 17/2010. - Promoção pessoal custeada com recursos públicos – (parágrafo 1º do artigo 37 da Constituição

Federal) - ITEM 3.9.1

17.1 - Promoção pessoal da ex-primeira dama Sra. Norma Galindo, mediante publicação de matéria, com possível superfaturamento, na revista Camalote.

Sra. Julieta Alina de Oliveira

18. DB 14. Gestão Fiscal/Financeira_Grave. Não-retenção de tributos, nos casos em que esteja obrigado a fazê-lo, por ocasião dos pagamentos a fornecedores.

18.1 - Ausência de retenção de imposto de renda pessoa jurídica no valor de R\$ 6.005,99 (Seis mil, cinco reais e noventa e nove centavos), em contrário ao inciso I do artigo 158 da Constituição Federal e artigo 651 do Regulamento de Imposto de Renda 99 - ITEM 3.2.5

É a informação que submeto à apreciação superior.

MAURICIO BARBOSA DE FREITAS

Auditor Público Externo

TÉRCIO LUIS GUSMÃO DE BARROS

Técnico Público de Controle Externo

Secretaria de Controle Externo Conselheiro Antonio Joaquim - Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso, em Cuiabá, 11 de Junho de 2013.

ANEXOS

Anexo 01. Administrador e demais responsáveis

GESTOR	
Nome:	MAURO CID NUNES DA CUNHA
Período:	01/01/2012 à 31/01/2012
RG:	00044 SSP MT
CPF:	099.987.487-04
Endereço:	Avenida Lava Pés, 158, Bairro Duque de Caxias
Fone:	9999-2340 / 8125-9677
E-mail:	maurocid@uol.com.br

GESTOR	
Nome:	CARLOS BRITO DE LIMA
Período:	01/02/2012 à 06/06/2012
RG:	05074290 SSP MT
CPF:	763.838.907-78
Endereço:	Rua S1, quadra 22, Lote n.º 10, n.º 10, Bairro Parque Cuiabá
Fone:	3645-6129
E-mail:	carlosbrito.lima@gmail.com

GESTOR	
Nome:	FLÁVIO DONIZETE GARCIA
Período:	06/07/2012 à 31/12/2012
RG:	3915081 SSP MT
CPF:	577.632.759-87
Endereço:	Rua Carandá, 233 – Bairro Alvorada
Fone:	3645-6129
E-mail:	faick@ibest.com

CONTADOR:	
Nome:	LEONI PEIXOTO BARRETO
Período:	1º/01/2012 A 31/12/2012
RG:	08042254 SSP-MT
CPF:	274.313.041-53
CRC:	010228 MT
Endereço:	Rua Manoel Fernandes Guimarães, 19, Dom Aquino - 78015-030
Fone:	(65) 3611-7362 e 8452-2840
E-mail:	leoni_peixoto@hotmail.com

RESPONSÁVEL PELO CONTROLE INTERNO:	
Nome:	LUIZ MÁRIO DE BARROS
Período:	1º/01/2012 A 30/09/2012
RG:	038.556 SSP-SP
CPF:	280.535.161-49
Endereço:	Rua Marechal Floriano Peixoto, 1520, Apto 801, Centro - 78043-395
Fone:	(65) 3645-6415 e 8454-6827
E-mail:	dmbarros2010@hotmail.com

CAF – COORDENADORA ADMINISTRATIVA E FINANCEIRA	
Nome:	JULIETA ALINA DE OLIVEIRA
Período:	01/01/2012 à 31/12/2012
CPF:	174.855.841-20
Endereço:	Secretaria Municipal de Comunicação – 6º andar do prédio da Prefeitura
Fone:	65-3645-6125
E-mail:	julietaalina@hotmail.com

ANEXO 02 - Restos a pagar processados

Órgão (IRP)	Nº Empenho (IRP)	Tipo (IRP)	Data (IRP)	Valor (IRP)	Baixa por pagamento (IRP)	saldo
17	000006/2009	Processado	31/12/2009	R\$ 117,42	R\$ 0,00	R\$ 117,42
17	000044/2009	Processado	31/12/2009	R\$ 84,02	R\$ 0,00	R\$ 84,02
17	000066/2010	Processado	31/12/2010	R\$ 2.065,49	R\$ 0,00	R\$ 2.065,49
17	000030/2010	Processado	31/12/2010	R\$ 1.779,69	R\$ 0,00	R\$ 1.779,69
17	000101/2010	Processado	31/12/2010	R\$ 480,00	R\$ 0,00	R\$ 480,00
17	000065/2010	Processado	31/12/2010	R\$ 94,50	R\$ 0,00	R\$ 94,50
17	000081/2011	Processado	31/12/2011	R\$ 186.048,02	R\$ 181.194,79	R\$ 4.853,23
17	000031/2011	Processado	31/12/2011	R\$ 19.595,94	R\$ 7.103,88	R\$ 12.492,06
total RP exercícios anteriores						R\$ 21.966,41
17	000006/2012	Processado	31/12/2012	R\$ 3.915,22	R\$ 0,00	R\$ 3.915,22
17	000012/2012	Processado	31/12/2012	R\$ 937,85	R\$ 0,00	R\$ 937,85
17	000024/2012	Processado	31/12/2012	R\$ 7.024,12	R\$ 0,00	R\$ 7.024,12
17	000043/2012	Processado	31/12/2012	R\$ 491.101,94	R\$ 0,00	R\$ 491.101,94
17	000005/2012	Processado	31/12/2012	R\$ 10.030,48	R\$ 0,00	R\$ 10.030,48
17	000011/2012	Processado	31/12/2012	R\$ 6.534,00	R\$ 0,00	R\$ 6.534,00
17	000095/2012	Processado	31/12/2012	R\$ 41,44	R\$ 0,00	R\$ 41,44
17	000014/2012	Não Processado	31/12/2012	R\$ 24,68	R\$ 0,00	R\$ 24,68
17	000059/2012	Processado	31/12/2012	R\$ 11.482,80	R\$ 0,00	R\$ 11.482,80
17	000061/2012	Processado	31/12/2012	R\$ 5.140,52	R\$ 0,00	R\$ 5.140,52
17	000029/2012	Processado	31/12/2012	R\$ 6.697,17	R\$ 0,00	R\$ 6.697,17
17	000016/2012	Processado	31/12/2012	R\$ 694,60	R\$ 0,00	R\$ 694,60
17	000042/2012	Processado	31/12/2012	R\$ 530.565,20	R\$ 0,00	R\$ 530.565,20
17	000041/2012	Processado	31/12/2012	R\$ 493.965,83	R\$ 0,00	R\$ 493.965,83
total geral						R\$ 1.590.122,26

Fonte: Sistema Aplic

ANEXO 3 - VALORES PAGOS PARA AGENCIAS PUBLICIDADE EM 2012

Data	Nº do Empenho	Credor	Valor Empenhado	Valor Liquidado	Valor Retido(Liquidação)	Valor Pago
02/01/2012	007/2012	GANZÁ PROPAGANDA/LOGOS PROPAGANDA LTDA	R\$ 225.876,51	R\$ 225.876,51	R\$ 763,31	R\$ 225.113,20
02/01/2012	018/2012	GANZÁ PROPAGANDA/LOGOS PROPAGANDA LTDA	R\$ 216.735,24	R\$ 216.735,24	R\$ 2.115,03	R\$ 214.620,21
04/04/2012	025/2012	GANZÁ PROPAGANDA/LOGOS PROPAGANDA LTDA	R 587.010,29	R\$ 587.010,29	R\$ 5.723,49	R\$ 581.286,80
19/04/2012	030/2012	GANZÁ PROPAGANDA/LOGOS PROPAGANDA LTDA	R\$ 998.650,76	R\$ 998.650,76	R\$ 8.555,96	R\$ 990.094,80
29/05/2012	041/2012	GANZÁ PROPAGANDA/LOGOS PROPAGANDA LTDA	R\$ 888.370,31	R\$ 888.370,31	R\$ 8.474,04	R\$ 879.896,27
20/12/2012	080/2012	GANZÁ PROPAGANDA/LOGOS PROPAGANDA LTDA	R\$ 864.648,68	R\$ 864.648,68	R\$ 8.723,29	R\$ 361.959,56
Total Ganzá			R\$ 3.781.291,79	R\$ 3.781.291,79	R\$ 34.355,12	R\$ 3.252.970,84
Data	Nº do Empenho	Credor	Valor Empenhado	Valor Liquidado	Valor Retido(Liquidação)	Valor Pago
02/01/2012	08/2012	LUIZ GONZAGA RODRIGUES JUNIOR	R\$ 642.581,19	R\$ 642.581,19	R\$ 4.529,85	R\$ 638.051,34
04/04/2012	026/2012	LUIZ GONZAGA RODRIGUES JUNIOR	R\$ 304.322,06	R\$ 304.322,06	R\$ 2.980,66	R\$ 301.341,40
19/04/2012	031/2012	LUIZ GONZAGA RODRIGUES	R\$ 755.492,81	R\$ 755.492,81	R\$ 7.591,33	R\$ 747.901,48

		JUNIOR				
29/05/2012	042/2012	LUIZ GONZAGA RODRIGUES JUNIOR	R\$ 1.211.254,45	R\$ 1.211.254,45	R\$ 10.399,16	R\$ 1.200.855,29
20/12/2012	081/2012	LUIZ GONZAGA RODRIGUES JUNIOR	R\$ 554.659,46	R\$ 554.659,46	R\$ 8.760,96	R\$ 15.333,30
Total Luiz Gonzaga			R\$ 3.468.309,97	R\$ 3.468.309,97	R\$ 34.261,96	R\$ 2.903.482,81
Data	N° do Empenho	Credor	Valor Empenhado	Valor Liquidado	Valor Retido(Liquidação)	Valor Pago
02/01/2012	09/2012	COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA	R\$ 251.350,78	R\$ 251.350,78	R\$ 1.690,29	R\$ 249.660,49
04/04/2012	027/2012	COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA	R\$ 800.289,52	R\$ 800.289,52	R\$ 7.582,72	R\$ 792.706,80
19/04/2012	032/2012	COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA	R\$ 756.357,80	R\$ 756.357,80	R\$ 6.450,62	R\$ 749.907,18
29/05/2012	043/2012	COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA	R\$ 804.435,90	R\$ 804.435,90	R\$ 7.069,67	R\$ 797.366,23
20/12/2012	082/2012	COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA	R\$ 912.645,57	R\$ 912.645,57	R\$ 7.782,72	R\$ 413.760,91
Total Company			R\$ 3.525.079,57	R\$ 3.525.079,57	R\$ 30.576,02	R\$ 3.003.401,61
VALOR TOTAL			R\$ 10.774.681,33	R\$ 10.774.681,33	R\$ 99.193,10	R\$ 9.159.855,26

ANEXO 4 – VALORES NÃO RETIDOS DE IMPOSTO DE RENDA PESSOA JURÍDICA

empresa	Nota fiscal	Valor - R\$	Valor não retido – 1,5%
Luiz Gonzaga Rodrigues Junior/Genius	2998 de 10/05/2012 – fl. 141-TCE	100.963,61	R\$ 1.514,45
Company Comunicação	681 de 14/08/2012 – fl. 204-TCE	24.772,64	R\$ 371,59
Company Comunicação	680 de 14/08/2012 – fl. 209-TCE	1.455,00	R\$ 21,83
Ganzá Propaganda	596 de 09/04/2012 – fl. 220-TCE	80.787,42	R\$ 1.211,81
Company Comunicação	512 de 11/04/2012 – fl. 237-TCE	67.422,76	R\$ 1.011,34
Luiz Gonzaga Rodrigues Junior/Genius	3095 de 05/06/2012 – fl. 253-TCE	38.704,75	R\$ 580,57
Company Comunicação	795 de 22/12/2012 – fl. 267-TCE	4.850,00	R\$ 72,75
Company Comunicação	613 de 11/06/2012 – fl. 272-TCE	5.820,00	R\$ 87,30
Luiz Gonzaga Rodrigues Junior/Genius	3376 de 15/08/2012 – fl. 276-TCE	5.820,00	R\$ 87,30
Company Comunicação	562 de 09/05/2012 – fl. 282-TCE	3.880,00	R\$ 58,20
Company Comunicação	579 de 14/05/2012 – fl. 300-TCE	2.549,16	R\$ 38,24
Company Comunicação	578 de 14/05/2012 – fl. 307-TCE	5.173,98	R\$ 77,61

empresa	Nota fiscal	Valor - R\$	Valor não retido – 1,5%
Luiz Gonzaga Rodrigues Junior/Genius	3383 de 15/08/2012 – fl. 314-TCE	5.172,04	R\$ 77,58
Luiz Gonzaga Rodrigues Junior/Genius	3090 de 05/06/2012 – fl. 320-TCE	11.640,00	R\$ 174,60
Luiz Gonzaga Rodrigues Junior/Genius	3091 de 05/06/2012 – fl. 329-TCE	3.880,00	R\$ 58,20
Company Comunicação	797 de 22/12/2012 – fl. 333-TCE	4.850,00	R\$ 72,75
Luiz Gonzaga Rodrigues Junior/Genius	3332 de 08/08/2012 – fl. 338-TCE	5.820,00	R\$ 87,30
Company Comunicação	607 de 08/06/2012 – fl. 343-TCE	5.820,00	R\$ 87,30
Company Comunicação	651 de 17/07/2012 – fl. 347-TCE	4.850,00	R\$ 72,75
Company Comunicação	543 de 08/05/2012 – fl. 359-TCE	6.467,96	R\$ 97,02
Ganzá Propaganda	594 de 09/04/2012 – fl. 370-TCE	9.700,00	R\$ 145,50
			R\$ 6.005,99

Fonte: fls. 140 à 370-TCE