GOVERNO DO ESTADO | SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Ofício GASEC/SECOM n° 015/2020.

Salvador, 08 de abril de 2020.

Ao Tribunal de Contas do Estado - TCE
Exmo. Sr. Marcus Vinícius de Barros Presídio
MD. Cons. do Tribunal de Contas do Estado da Bahia

Assunto: Relatório de Auditoria - Janeiro a junho de 2019 - Processo N.º TCE/011244/2019.

Excelentíssimo Senhor,

Em resposta ao acompanhamento da execução orçamentária e financeira da Secretaria de Comunicação Social - SECOM, formalizado através de Relatório de Auditoria dessa respeitável Corte de Contas, apresentamos os documentos e informações exigíveis conforme abaixo exposto:

Itens do Relatório:

01. Ausência de comprovante de transferência bancária dos recursos repassados pela contratada para a subcontratada.

O item 11.7.2 dos contratos de publicidade diz que "*A CONTRATADA apresentará, quando solicitado, à CONTRATANTE* ***um relatório*** *com datas e valores dos pagamentos realizados a terceiros*" (grifo nosso).

Não vislumbramos portanto, até o momento, nenhuma disposição legal, tampouco contratual que obrigue e exija que tais comprovações de pagamentos a terceiros necessariamente seja feito através de TED bancária e/ou transferência bancária.

Por orientação dessa douta Auditoria passamos a inserir em todos os processos de pagamento o respectivo comprovante de repasse às subcontratadas, entretanto há ocasiões em que o veículo não dispõe de TED bancária individualizada.

Para estes casos passamos a exigir recibo assinado pelas subcontratadas atestando o efetivo recebimento dos valores correspondentes aos serviços prestados, documentos estes perfeitamente aptos a comprovar o repasses legalmente exigíveis.

Todavia, a rotina da SECOM acatou a orientação do TCE e passou a inserir em todo e qualquer processo de pagamento o respectivo comprovante de repasse às subcontratadas.

Este documento foi assinado eletronicamente. As assinaturas realizadas estão listadas em sua última página.
Sua autenticidade pode ser verificada no Portal do TCE/BA através do QRCode ou endereço https://www.tce.ba.gov.br/autenticacaocopia, digitando o código de autenticação: YXMTGZMZM1

02. Pagamentos efetuados com base em dados fornecidos pelas próprias subcontratadas sem checagem, pela SECOM, da veracidade das informações prestadas.

O art. 15 da Lei Federal n. 12.232/2010 assevera que "*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***" (grifo nosso).

Reiteramos portanto nosso compromisso em fortalecer a fiscalização dos contratos, mas há de se ponderar que os presentes contratos são oriundos de licitação ocorrida no exercício de 2014.

Através do Ofício DAF/SECOM n° 090/2019 - em resposta a Solicitação n. SGA 091 - 2019 - LM 01 - a SECOM confirmou o disposto no Plano de Ação de que tal monitoramento de inserções estaria incluído no objeto da Concorrência Pública de 2019, **conforme consta no item 2.1.2.2.25 do contrato (Cláusula segunda - Objeto) inserido no Edital** que assim assevera:

"*2.1.2.2.25 - Monitorar e controlar as inserções publicitárias (mídia contratadas), por meio de relatório mensal com comprovações das veiculações no ato da emissão da nota, sendo que, para as veiculações em mídias de massa (TV aberta, rádio, jornal, revista, internet, e rede sociais/mídias digitais), deverá A CONTRATADA apresentar relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia*" (à fl. 318/v, do processo n. 6410180200474).

03. Ausência nos processos de pagamento de documentos fiscais, contratos e de comprovação de pagamento as rádios representadas por empresa subcontratadas.

No presente Relatório a Auditoria pontuou que "*as rádios não são simplesmente "quaisquer outros atores"*", não recepcionando portanto os esclarecimentos da parte técnica.

Demonstramos através do Ofício DAF/SECOM n. 128/2019 que a relação clássica SECOM x Agência x Veículo se mantém estabelecida também no presente ponto, e as deliberações constantes no respectivo Plano de Mídia são tratadas pela contratada tão somente com este último, habilitado a figurar como veículo de comunicação.

04. Processos de pagamento sem especificar os valores pagos as rádios representadas e o montante que cabe as empresas subcontratadas.

Este documento foi assinado eletronicamente. As assinaturas realizadas estão listadas em sua última página.
Sua autenticidade pode ser verificada no Portal do TCE/BA através do QRCode ou endereço https://www.tce.ba.gov.br/autenticacaocopia, digitando o código de autenticação: YXMTGZMZM1

No presente Relatório a Auditoria afirmou que "*o gestor não respondeu o que lhe foi perguntado. A Auditoria requereu informações sobre valores pagos individualmente a cada rádio*".

É importante aqui reiterar o esclarecimento feito através do Ofício DAF/SECOM n. 128/2019: a relação da agência de propaganda deverá se dar necessariamente com o veículo de comunicação nos termos da Lei Federal n. 12.232/2010.

Portanto, a autorização deve ser feita junto a apenas um veículo responsável, não há negociações individualizadas com diversas rádios, a empresa subcontratada assegura as veiculações e é remunerada para tanto.

05. Divergência entre planilhas de publicação de veiculação e os comprovantes de irradiação emitidas.

O presente tópico foi alvo de questionamento na reunião de encerramento desta Auditoria ocorrida no Gabinete do Secretário em 28 de novembro de 2019.

Na ocasião o Coordenador Executivo de Publicidade de Propaganda esclareceu detalhadamente a vantajosidade da prática usual no mercado, destacando o caráter meramente formal da matéria.

Em resposta, um dos Auditores acatou a elucidação concluindo que "no processo a gente não vê isso".

Por esta razão, nos comprometemos a aperfeiçoar ainda mais a instrução processual a fim de constar com mais clareza tais particularidades, acatando a fala do mencionado Auditor que concluiu: "é preciso que se instrua melhor. Não está explicado de forma clara no processo de pagamento".

06. Pagamento de campanha não condizente com os objetivos da propaganda institucional.

Patrocínio de mídia ou apoio de mídia (Media Sponsor) ocorre quanto a entidade apoiadora se faz presente no evento esportivo, cultural ou de entretenimento garantido o sucesso de imagem para ambos os lados, tendo em vista que há certa visibilidade com a divulgação da imagem da organização, instituição ou empresa através destas ações.

Frisamos, por oportuno, que a iniciativa é prevista do contrato (item 2.1.2.1), extremamente vantajosa à Administração, e praticada usualmente no mercado publicitário.

07. Diferenças superiores a dez dias entre os pagamentos efetuados pelo Estado à Contratada e o repasse efetuado por esta ás Subcontratadas pelos serviços prestados de publicidade.

Este documento foi assinado eletronicamente. As assinaturas realizadas estão listadas em sua última página.
Sua autenticidade pode ser verificada no Portal do TCE/BA através do QRCode ou endereço https://www.tce.ba.gov.br/autenticacaocopia, digitando o código de autenticação: YXMTGZMZM1

O achado é pertinente, a Agência em questão foi Notificada e ofereceu resposta tempestiva ao item em questão, oportunidade em que aperfeiçoaremos os mecanismos de fiscalização das empresas contratadas no tocante ao repasse de recursos às empresas subcontratadas pela prestação de serviços de publicidade.

08. Ausência de detalhamento da composição dos serviços a serem contratados em quantidades e preços, no valor de R$ 142.000.000,00, referentes à Concorrência nº 01/2019.

A este respeito, no bojo da tramitação da fase interna da Concorrência Pública nº 01/2019 a SECOM argumentou junto à Procuradoria Geral do Estado - PGE a excepcionalidade do tipo de serviço em face ao art. 11, V, da Lei Estadual n. 9.433/2005, e as sustentações foram acatadas.

A matéria é recorrente em todos os Estados da Federação razão pela qual fomos buscar o Edital de Concorrência de Publicidade do Governo do Espírito Santo n. 001/2019, e não há o detalhamento em planilhas dos custos unitários de cada serviço abrangido.

Igualmente, consultamos o Edital de Concorrência de Publicidade do Governo de Minas Gerais n. 001/2019, e o mesmo cenário foi encontrado, não havendo o mencionado detalhamento em planilhas de todos os serviços abrangidos pelo contrato.

Em âmbito federal a Presidência da República, através da Secretaria Especial de Comunicação Social, publicou a Instrução Normativa Nº 3, de 20 de abril de 2018, disciplinando as licitações e os contratos de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, consignando em seu art. 14 o seguinte:

"*A elaboração do edital obedecerá às exigências do art. 40 da Lei nº 8.666, de 1993,* ***exceto em relação ao projeto básico e/ou executivo e ao orçamento estimado em planilhas de quantitativos de preços unitários****, previstos nos incisos I e II do §2º do mencionado dispositivo legal*" (grifo nosso).

Exigir este tipo de tratamento em serviços de publicidade, além da impossibilidade de previsão exaustiva de todas as particularidades de cada serviço, tornaria o contrato inexequível.

09. Ausência de demonstração de vantajosidade na contratação de serviços de publicidade em 2019, por idêntico valor contratado em 2014 (R$ 142.000.000,00), considerando o aumento quantitativo no objeto a ser contratado e os reajustes de preços no mercado publicitário.

Quanto a este ponto é importante analisá-lo em conjunto com o tópico anterior. Os serviços de publicidade não são similares a serviços de contratação de terceirizados, ou aquisição de materiais permanentes, estanques quantitativamente.

Este documento foi assinado eletronicamente. As assinaturas realizadas estão listadas em sua última página.
Sua autenticidade pode ser verificada no Portal do TCE/BA através do QRCode ou endereço https://www.tce.ba.gov.br/autenticacaocopia, digitando o código de autenticação: YXMTGZMZM1

Nem todo contrato necessariamente tem essa regra, a exemplo dos contratos de passagens terrestres, onde há um montante de recursos x quantidade de passagens, e assim o licitante disputa no percentual de desconto.

No caso de publicidade trata-se do montante de investimentos, quanto maior o volume, maiores as possibilidades de alcance vislumbradas pelos Planos de Mídia.

A demonstração de vantajosidade demonstra-se pelas novas formas de tecnologia inseridas no Edital. Numa análise cartesiana pode-se concluir que há mais serviços com o mesmo montante de recursos, daí a constatação de não vantajosidade.

Entretanto, o raciocínio é o oposto. Com novas formas de tecnologia a abrangência e alcance da mensagem aumentam significativamente, reduzindo-se os custos.

Como exemplo (por analogia) podemos citar a Clipagem de notícias tradicional, onde se contrata uma infinidade de operadores para examinarem em tempo real, exaustivamente, cada página de jornais e revistas, cada segundo no rádio e na televisão.

Ao passo em que na Clipagem Digital quem reúne todas essas informações é um robô, coordenado por aplicativo que manda em tempo real todos os achados, a um custo menor do que a metade da Clipagem Tradicional.

O Edital de publicidade n. 001/2019 da SECOM busca prever todas as mais recentes inovações que irão ampliar o alcance das mensagens a um custo sensivelmente mais reduzido que as mesmas práticas executavam há 05 (cinco) anos atrás.

10. Descumprimento reincidente do item 3, subitem b, da Resolução TCE nº 12/2017, quanto à implantação do Plano Estadual de Comunicação.

Apresentamos a essa Auditoria, após solicitação verbal ocorrida na mencionada reunião de encerramento do dia 28/11/2019 no GASEC/SECOM, todas as Atas de reunião do Conselho, onde o seu Presidente se mantém focado na aprovação do Plano de Comunicação.

Em recente consulta à Procuradoria Geral do Estado - PGE, o Parecer N. 002195/2019 (PGE.Net Nº: 2019.02.002720) consignou o seguinte:

"(...) *o Plano Estadual de Políticas Públicas de Comunicação Social, instrumento da Política de Comunicação Social do Estado, deve ser aprovado pelo Conselho Estadual de Comunicação Social, observada a maioria qualificada pela qual suas deliberações são tomadas não necessitando ser aprovado por lei,* ***nem podendo ser instituído por ato do Secretário de Comunicação Social, nem mesmo na condição de Presidente do Conselho, porque, nem na Lei nº 12.212/211, nem em qualquer de seus regulamentos, foi lhe atribuída competência para tanto***"(grifo nosso).

Este documento foi assinado eletronicamente. As assinaturas realizadas estão listadas em sua última página.
Sua autenticidade pode ser verificada no Portal do TCE/BA através do QRCode ou endereço https://www.tce.ba.gov.br/autenticacaocopia, digitando o código de autenticação: YXMTGZMZM1

GOVERNO DO ESTADO | SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

11. Volume significativo de gastos reconhecidos como Despesas de Exercícios Anteriores - DEA, representando, 37,48% do volume pago, no período.

Acerca do presente achado reiteramos o quanto exposto no Ofício DAF/SECOM N. 122/2019 – em resposta à Solicitação LAFP 02/2019. A Auditoria verificou que de janeiro a junho de 2019 foram pagos R$ 17.125.909,69 em Despesas de Exercícios Anteriores, representando 37,48% do total na Secretaria.

Os valores mencionados por essa Auditoria - correspondentes a DEA – referem-se a despesas não empenhadas regularmente no exercício de 2018. É relevante ressaltar que o Plano de Ação posto em referência originou-se da Portaria Secom n. 22/2018, publicada no Diário Oficial do Estado - DOE do dia 30/08/2018.

Portanto, o item 23 de Plano de Ação visa o exercício de 2019, razão pela qual não demonstrar-se razoável inferirmos que houve "descumprimento do disposto no item 23" que assim dispõe:

Nº	RECOMENDAÇÕES DO TCE	AÇÕES A EXECUTAR	STATUS INICIAL[1]	PRAZO INFORMADO P/SECOM	Atas, registros ou quaisquer outros meios que demonstrem a implantação da ação.
23	**Envidar esforços** em articulação com a SEFAZ no sentido de aprimorar os mecanismos de programação e controle da execução orçamentária e financeira, de modo a evitar a realização de despesas que não tenham suporte orçamentário, afastando possíveis distorções no orçamento.	**Cumprir a programação financeira**, como determinado pelo TCE, **solicitando a liberação de concessão à SEFAZ** para que as despesas que não forem pagas tempestivamente sejam inscritas em Restos a Pagar. Aliado a essa diligência a necessidade de **cobrança reiterada à SEPLAN por suplementação orçamentária**.	4	28/12/2018	**Implementada**

As mencionadas atitudes foram tomadas junto aos órgãos de controle orçamentário e financeiro de Estado já no exercício de 2018, entretanto o presente achado se remete ao Plano de Ação, diligência está que encontra-se em curso.

Assim, conforme conhecimento público, tal ação não depende exclusivamente desta Secretaria de Comunicação Social - SECOM, há também diretrizes a serem traçadas pela Secretaria da Fazenda - SEFAZ e pela Secretaria do Planejamento - SEPLAN, motivo pelo qual há na recomendação desse colendo Tribunal de Contas do Estado - TCE o verbo "envidar".

Este documento foi assinado eletronicamente. As assinaturas realizadas estão listadas em sua última página.
Sua autenticidade pode ser verificada no Portal do TCE/BA através do QRCode ou endereço https://www.tce.ba.gov.br/autenticacaocopia, digitando o código de autenticação: YXMTGZMZM1

GOVERNO DO ESTADO | SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Todos os esforços foram feitos junto a Secretarias do Planejamento e Fazenda, respectivamente, no sentido de anular essas dotações vinculadas na sub função 131 – Comunicação Social aos orçamentos destes Órgãos e Secretarias, visando o remanejamento total das dotações da citada sub função – onde havia uma alocação orçamentaria inicial de R$23.819.000,00 para lastrear o montante apurado das Despesas de Exercícios Anteriores (DEA) na ordem de R$ 17.125.909,69, todavia, a competência de autorizar a abertura dos créditos orçamentários, cabe as Secretarias de Planejamento e Fazenda, respectivamente, que detém, um rigoroso acompanhamento da execução orçamentária através da criação de um comitê de controle do gasto público, instituído pelo DECRETO Nº 16.417 DE 16 DE NOVEMBRO DE 2015, onde estabelece medidas para a gestão das despesas e controle dos gastos de custeio e de pessoal, no âmbito do Poder Executivo Estadual.

Desta forma, esperando terem sido todos os pontos satisfatoriamente esclarecidos, reiteramos votos de elevada estima e consideração, oportunidade em que nos colocamos à disposição para quaisquer dúvidas e/ou diligências necessárias.

Atenciosamente,

André Curvello
Secretário de Comunicação

Este documento foi assinado eletronicamente. As assinaturas realizadas estão listadas em sua última página.
Sua autenticidade pode ser verificada no Portal do TCE/BA através do QRCode ou endereço https://www.tce.ba.gov.br/autenticacaocopia, digitando o código de autenticação: YXMTGZMZM1

Quadro de Assinaturas

Este documento foi assinado eletronicamente por:

Fabio Jose Almeida Silva Santos
Assistente - Assinado em 08/04/2020

Sua autenticidade pode ser verificada no Portal do TCE/BA através do QRCode ou endereço https://www.tce.ba.gov.br/autenticacaocopia, digitando o código de autenticação: YXMTGZMZM1