

COMISSÃO DE RELAÇÕES EXTERIORES E DE DEFESA NACIONAL
REQUERIMENTO Nº , DE 2010.
(Do Sr. Antonio Carlos Pannunzio)

Requer seja convidado o **Sr. Scott Goodstein**, cidadão norte-americano, para prestar esclarecimentos a esta Comissão sobre as condições de sua permanência no Brasil, as atividades para as quais está autorizado a prestar serviços e sob quais modalidades de remuneração.

Senhor Presidente,

REQUEIRO, nos termos regimentais, que, ouvido o Plenário desta Comissão, seja convidado o Senhor Scott Goodstein, cidadão norte-americano prestando serviços no Brasil, para prestar esclarecimentos a esta Comissão sobre as condições de sua permanência no Brasil, as atividades para as quais está autorizado a prestar serviços e sob quais modalidades de remuneração.

JUSTIFICAÇÃO

A revista Veja, do dia 02/junho/2010, veiculou matéria sob o título “Ordem na casa do Lago Sul”, mencionando o seguinte:

“Brasil.

Ordem na casa do Lago Sul

O comando da campanha do PT à Presidência teve de intervir pesado para evitar que companheiros afoitos reeditassem o escândalo dos "aloprados" de 2006.

O ex-prefeito Fernando Pimentel, coordenador da campanha de Dilma, desconfiou de grampos na casa, mas para ele nenhum telefone é seguro "Campanha é lama, irmão!" Este era o bordão usado por um operador de terceiro escalão do PT de São Paulo quando seu chefe-candidato perguntava se ele e a turma não estariam indo longe demais nas atividades de coleta de evidências potencialmente desastrosas para os adversários. O candidato foi aceitando a justificativa até que a lama estourou mesmo foi no colo dele. O PT nacional agiu de forma bem mais rígida com os companheiros sinceros mas radicais que estavam tentando montar em Brasília um esquema de espionagem de adversários e até de correligionários rivais baseados na ideia de que campanha é lama. Os companheiros mais afoitos foram ao mercado em busca das competências necessárias à execução das missões planejadas. Profissionais para esse tipo de trabalho abundam em Brasília, e eles foram contatados. São policiais, ex-agentes dos serviços de espionagem do governo e detetives

particulares especializados em obter provas de adultério ou fazer varreduras ambientais e telefônicas para afastar a possibilidade de grampos. A turma começava a exercitar os músculos e testar suas rotinas subterrâneas quando o pessoal do andar de cima soube do que se passava naquela casa do Lago Sul protegida por muros altos e vigiada por seguranças. Desceu sobre eles então uma rajada de bom senso vinda do comando da campanha mandando parar com toda atividade de inteligência que se valesse de métodos ilegais. Houve gritos de "é para parar com isso já" e ameaças de demissão dos envolvidos nos planos.

"Já tivemos problemas demais com esse tipo de coisa no passado, deixando que fosse muito longe. A ordem agora foi cortar tudo pela raiz de uma vez por todas", diz um dos mais próximos colaboradores de Dilma Rousseff, candidata do PT, de quem partiu a ordem irada para alagar os porões que, de outra forma, iniciariam suas operações. Dilma deixou claro a outro colaborador próximo sua posição sobre a questão: "Não é para fazer nada disso. Se fizer, demito. Mesmo assim, se aparecer sobre minha mesa, jogo no lixo sem ler". Bill Clinton, ex-presidente dos Estados Unidos, dizia com amargura que algumas vezes ele se sentia de pés e mãos amarrados no exercício do cargo, como se desse ordens em um cemitério: "Ninguém embaixo ouve". Se na Presidência é assim, o que não seria em uma campanha presidencial?

Em outras palavras, será que a estrutura montada na casa de Brasília, alugada por 18 000 reais, onde trabalham dezenas de pessoas, deu marcha a ré na linha de montagem de ilegalidades e passou a funcionar apenas como o braço de comunicação e internet da campanha? Ninguém pode responder com toda a certeza. O que se sabe é que a linha justa foi dada por Dilma Rousseff - e é sobejamente conhecida sua disposição, demonstrada no cargo de ministra, de garantir que abaixo dela as pessoas não se finjam de mortas para descumprir ordens. A casa do Lago Sul não deve assombrar mais durante a campanha se depender da atividade e - diga-se - competência da turma dos porões contatada pelos companheiros mais afoitos. Antes que viesse a ordem de cima para interromper as ações bem e mal-intencionadas, porém, foi uma festa de trapalhadas. Os espiões foram a campo bisbilhotar a vida de adversários políticos e até de petistas. Rui Falcão, vice-presidente do PT e deputado estadual paulista, entrou no radar da arapongagem amiga. Ele ficou sabendo e deu um espalho geral na turma da casa do Lago Sul. Falcão foi informado de que não se tratava de espionagem, mas de contraespionagem - ou seja, ele estava sendo investigado para seu próprio bem. Falcão não se convenceu. Até os telefones do coordenador da campanha, Fernando Pimentel, ex-prefeito de Belo Horizonte, podem ter sido grampeados. Não se sabe bem se por espiões da casa ou do lado adversário. Pimentel não deu ao episódio muita importância. Diz ele: "Eu trabalho sempre com a hipótese de que todos os meus telefones estão grampeados. Isso não me preocupa, pois, como dizia o doutor Tancredo Neves, 'telefone é para marcar reunião no lugar errado e não comparecer'".

Os repórteres de VEJA procuraram quem parece ser o responsável pela casa do Lago Sul. Ele se chama Luiz Lanzetta e é dono da Lanza Comunicação, uma das empresas contratadas pelo PT para coordenar a área de produção dos programas de Dilma Rousseff. Lanzetta nega as intenções, mas não nega que recrutou gente da pesada com experiência em espionagem - ex-agentes dos serviços de inteligência, um delegado aposentado da Polícia Federal e até um ex-jornalista que teria conhecidos dotes investigativos. O grupo se reuniu pela primeira vez na área reservada de um tradicional restaurante de Brasília, ocasião em que se discutiram finanças e a maneira como seria feito o trabalho. Os pagamentos variavam de 15 000 a 30 000 reais por mês e seriam feitos em dinheiro vivo. Todos receberiam verba extra para custear as despesas operacionais. Do encontro saiu uma lista de "alvos", da qual constavam o exgovernador José Serra, candidato tucano à Presidência, e o deputado Marcelo Itagiba (PMDB), identificado pelos presentes à reunião como o "espião-chefe" da candidatura tucana. Mas como explicar que entre os alvos estava o companheiro Rui Falcão? Um dos participantes da reunião contou que Falcão era apontado como líder em uma conspiração interna para sabotar o trabalho do grupo que comandava a campanha. Nada mais se falou na sala reservada do restaurante.

VEJA procurou saber por que Lanzetta montou um time com sujeitos com aquelas características. Assessores dele explicaram que tudo o que se falava aqui acabava saindo nos jornais. Foi feita, então, uma varredura, e ela encontrou evidência de grampos nos telefones de Fernando Pimentel e de três funcionários contratados. Pimentel corrobora a versão da contraespionagem interna e benigna sustentada por Lanzetta e reconhece que nem tudo são flores quando se monta uma campanha eleitoral complexa como a presidencial. Diz ele: "Houve de fato um atrito entre quem já estava na campanha e quem estava chegando. Além, é claro, de uma disputa empresarial". Qual a intensidade do atrito? Não se sabe, mas as fontes de VEJA que presenciaram os eventos mais de perto contam que, a certa altura, Luiz Lanzetta deu a dimensão da encenka ao se referir ao ex-secretário de Marta Suplicy na prefeitura de São Paulo, Valdemir Garreta, como "gordinho sinistro" e "ladrão dos Bandeirantes". Garreta seria a opção paulista para dirigir a campanha caso o grupo de Lanzetta fosse defenestrado. Depois da intervenção de cima, essas disputas terão de ser resolvidas sem arapongagem. Até porque mesmo o pessoal do ramo contatado pressentiu que não haveria um futuro muito glorioso na empreitada. "Aquilo ia acabar numa nova versão dos aloprados. Foi bom o negócio não ter dado certo", explica o ex-delegado Onésimo de Souza, convidado para chefiar a equipe que, segundo ele, nunca chegou a trabalhar de fato. Onésimo de Souza se referiu aos "aloprados", como ficaram conhecidos os trapalhões que se meteram a espionar adversários do PT na campanha estadual paulista de 2006. Talvez o contato com espiões trapalhões que não conseguem ficar de boca fechada seja um problema menor para a campanha do PT do que explicar o real papel de um misterioso frequentador diário da casa do Lago

Sul - o empresário Benedito de Oliveira Neto. Ele não tem vínculos formais com o PT e oficialmente não faz parte da campanha do partido. Segundo informa o próprio comitê de campanha, Benedito custeou a vinda ao Brasil dos especialistas em internet que trabalharam na campanha vitoriosa do presidente americano Barack Obama. Meses depois do favor feito por Benedito, os luas pretas digitais americanos foram contratados oficialmente pelo PT. Até 2005, Benedito era diretor da pequena empresa do pai, a Gráfica e Editora Brasil - que naquele ano prestou serviços ao governo no valor de 494.000 reais. Nos dois anos seguintes, o faturamento da gráfica saltou para 50 milhões de reais ao ano. Benedito é agora também dono da Dialog, uma companhia de eventos que nos últimos dois anos se transformou em potência do ramo em Brasília. A Dialog faturou 40 milhões de reais em contratos com ministérios, agências reguladoras e a Presidência da República. A ascensão meteórica das empresas de Benedito chamou a atenção do Tribunal de Contas e da Controladoria-Geral da União, que passaram a investigá-la por suspeitas de manipulação e fraudes nas licitações. As investigações ainda estão em curso. Foi de Benedito a escolha da casa do Lago Sul para sediar o comitê de comunicação da campanha petista. Como se vê, toda a vigilância é pouca quando o objetivo é evitar que a campanha vire lama”.

A coluna Poder Online, no Portal IG, divulgou em 28/5/2010:

“Marqueteiro de Obama veio para ficar

Depois de alguns meses estudando o mercado nacional, o estrategista de web Scott Goodstein, um dos responsáveis pelas mídias sociais na campanha de Barack Obama, decidiu montar uma empresa no Brasil especializada em comunicação via telefone celular.

Goodstein foi trazido ao país pela publicitária Danielle Fonteles para auxiliar na campanha da candidata Dilma Rousseff, a quem se associou no novo negócio.

Integram ainda a sociedade o jornalista Luiz Lanzetta e o empresário brasileiro Benedito Rodrigues de Oliveira Neto.”

Segundo notícia do portal G1 de 25/09/2009, “Self, que visitou Brasília este mês para encontro com Dilma, afirmou que sua companhia está trabalhando com uma parceira local para ajudar o PT a planejar a campanha, e que deve ter um papel maior quando a campanha começar de fato. Self não quis comentar as qualidades da ministra como candidata, mas disse acreditar que a internet, atualmente, é pouco usada como ferramenta de campanha no Brasil, e que ela poderia ser usada de forma eficiente para ajudar a campanha da ministra. “

O Portal R7 divulgou em 25/4/2010:

Marqueteiros de Obama ficam com consultoria técnica de Dilma

Scott Goodstein inspirou a estratégia de marketing e Ben Self cuidou da arrecadação online Wanderley Preite Sobrinho, do R7
Texto: Ao contrário do que chegou a ser dito, dois dos principais responsáveis pela campanha vitoriosa de Barack Obama nas eleições presidenciais dos

Estados Unidos não vão trabalhar em tempo integral para Dilma Rousseff, pré-candidata do PT à Presidência. Scott Goodstein e Ben Self vão prestar consultoria na campanha.

Goodstein foi um dos responsáveis pela bem sucedida estratégia de marketing digital de Obama. É dele a ideia copiada pelo PT de não usar a internet só para distribuir o conteúdo produzido pela coordenação de campanha, mas utilizá-la para atrair apoiadores-militantes, que produzirão esse conteúdo e ajudarão a distribuí-lo.

Já Ben Self é o fundador da Blue State Digital, empresa que conseguiu arrecadar cerca de R\$ 890 milhões (US\$ 500 milhões) pela web para o então candidato a presidente dos Estados Unidos.

Segundo um dos homens mais influentes da campanha digital do PT, Marcelo Branco [ex-diretor da Campus Party], nem um nem outro ficará no Brasil para fazer esse trabalho. A função dos dois é apenas dar consultoria.

- O Scott vai dar consultoria tecnológica, mas a estratégia política será feita pela coordenação de campanha e pelos marqueteiros.

Scott foi a pessoa que ficou responsável pela troca de mensagens na internet e redes sociais nos Estados Unidos.

- Ele vai falar sobre a experiência dele com o uso dessas ferramentas bem sucedidas na campanha de Obama.”

Esclarecer as condições de contratação de serviços por cidadãos, brasileiros ou estrangeiros, para campanha política ou partidária, é fundamental para assegurar os princípios de competição democráticos de modo a garantir o efetivo cumprimento da legislação brasileira.

Sala da Comissão, em 10 de junho de 2010.

Deputado Antonio Carlos Pannunzio