



MINISTÉRIO DA ECONOMIA

Gabinete do Ministro da Economia

PRIMEIRA-SECRETARIA

Documento recebido nesta Secretaria sem a indicação ou aparência de tratar-se de conteúdo de caráter sigiloso, nos termos do Decreto n.º 7.845, de 14/11/2012, do Poder Executivo.

10/09/19

às 10 h 50

Danilo

882650

Servidor

Portador

OFÍCIO SEI N° 434 /2019/GME-ME

Brasília, 04 de setembro de 2019.

A Sua Excelência a Senhora
Deputada SORAYA SANTOS
Primeira-Secretária da Câmara dos Deputados

Assunto: Requerimento de Informação.

Senhora Primeira-Secretária,

Refiro-me ao Ofício 1ª Sec/RI/E/nº 642/19, de 31.07.2019, dessa Primeira-Secretaria, por intermédio do qual foi remetida cópia do Requerimento de Informação nº 873/2019, de autoria do Senhor Deputado MARCELO CALERO, que solicita “informações sobre a decisão do governo de retirar do ar campanha de publicidade veiculada pelo Banco do Brasil, sociedade de economia mista vinculada a esse Ministério”.

A propósito, encaminho a Vossa Excelência, em resposta à solicitação do parlamentar, cópias do Despacho S/N, de 22 de agosto de 2019, da Secretaria Especial de Fazenda, que aprova o Ofício S/N, de 20 de agosto de 2019, elaborado pelo Banco do Brasil.

Atenciosamente,

PAULO GUEDES
Ministro de Estado da Economia



MINISTÉRIO DA ECONOMIA
Secretaria Especial de Fazenda
Assessoria Parlamentar

DESPACHO

Processo nº 12100.102546/2019-73

À Assessoria para Assuntos Parlamentares,

Em atenção ao Despacho GME-CODEP (3477604), encaminho resposta resposta ao Deputado Marcelo Calero elaborada pelo Banco da Brasil, contida no Ofício S/N - Banco do Brasil (3639503).

Brasília, 22 de agosto de 2019.

Documento assinado eletronicamente
ESTEVESEN PEDRO COLNAGO JUNIOR
Secretário Especial Adjunto de Fazenda



Documento assinado eletronicamente por **Esteves Pedro Colnago Junior, Secretário(a) Especial Adjunto(a) de Fazenda**, em 26/08/2019, às 19:47, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.fazenda.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3639526** e o código CRC **99BB09AC**.

Referência: Processo nº 12100.102546/2019-73.

SEI nº 3639526

Brasília (DF), 20 de agosto de 2019

Exmo. Sr.

Paulo Roberto Nunes Guedes

Ministro de Estado da Economia
Esplanada dos Ministérios
Brasília – DF

Assunto: Requerimento de Informação ao Sr. Ministro de Estado da Economia – RIC 873/2019 (Dep. Marcelo Calero).

Senhor Ministro,

Referimo-nos à solicitação objeto do Requerimento de Informação (RIC) em epígrafe, dirigido a Vossa Excelência, para apresentar a manifestação do Banco do Brasil S.A. (BB, Banco, ou Companhia) acerca dos novos questionamentos de autoria do Deputado Federal Marcelo Calero, complementares àqueles apresentados no RIC 561/2019 e respondidos por esse Ministério no Ofício SEI nº 276/2019/GME-ME, de 17.06.2019¹.

A manifestação será apresentada na ordem das informações solicitadas no RIC 873/2019, conforme segue.

I. O presidente da República, Jair Bolsonaro, interveio junto à presidência do Banco do Brasil para interromper a veiculação da peça publicitária denominada “selfie”? Caso negativo, o presidente do Banco do Brasil mentiu à Revista Veja? Em caso negativo, o que disse exatamente o presidente do Banco do Brasil à Revista Veja?

Consoante esclarecido em entrevista coletiva concedida a jornalistas dos principais veículos de comunicação do País, quando da divulgação do resultado do primeiro trimestre de 2019, em 09.05.2019, e repisado na manifestação decorrente do RIC 561/2019, a decisão de suspender a Campanha *Selfie* ocorreu no âmbito interno do Banco.

Tratou-se, isso sim, de um ato de gestão administrativa, de índole estritamente negocial e mercadológica, orientado à reavaliação dos meios empregados para atingimento

¹ Relacionado com o Proc. SEI nº 12100.101456/2019-65.

das metas de expansão da base de clientes, com vistas a integrar ao formato original da Campanha *Selfie* outros perfis de jovens que ao Banco também interessava alcançar, seguido de outra decisão administrativa interna, destinada a aproveitar uma janela de oportunidade mercadológica (campanha de crédito para antecipação do imposto de renda) gerada pelo encerramento do prazo final de apresentação da Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda.

No tocante à notícia veiculada no portal da Revista *Veja*, impende esclarecer que o referido meio de comunicação não manteve contato direto com o Presidente do Banco, interagindo com a assessoria de imprensa da Companhia.

Em nenhum momento afirmou-se à Revista *Veja* que a decisão interna do Banco de suspender a Campanha *Selfie* decorreu de determinação da Presidência da República, o que nos faz crer que eventual declaração daquela revista “atestando” algo nesse sentido, conforme aduziu o n. Deputado Federal no RIC 873/2019², tratar-se-ia de uma interpretação jornalística externada pelo(s) redator(res) da matéria que não reflete de modo preciso o posicionamento institucional efetivo do BB sobre o assunto.

Ademais, no caso em tela, eventual afinidade de percepções entre os presidentes é insuficiente para caracterizar a ingerência do acionista controlador (União) na administração do Banco, notadamente porque, em momento oportuno – entrevista coletiva concedida a jornalistas dos principais veículos de comunicação do País – esclareceu-se que a suspensão da Campanha *Selfie* pautou-se em uma decisão administrativa da Presidência do Banco, respaldada nos interesses negociais e mercadológicos da Companhia e no poder-dever de supervisão dos titulares de unidades diretamente vinculadas a ela³, consoante autoriza o artigo 30, inciso I, alínea “d”⁴, do Estatuto Social do Banco.

Destarte, em resposta ao questionamento apresentado, afirma-se que o Presidente do Banco e o próprio Banco não mentiram à Revista *Veja*, ponderando-se, ainda,

² Mais precisamente na passagem abaixo reproduzida:

“A declaração à revista *Veja* atesta que o presidente da República determinou a retirada do ar do comercial, o que foi atendido pelo presidente do Banco do Brasil.”. (Ver item 5 das fls. 2 do RIC 873/2019) (Grifamos)

³ Como é o caso da Diretoria de *Marketing* e Comunicação (Dimac).

⁴ Art. 30. Cabe a cada um dos membros da Diretoria Executiva cumprir e fazer cumprir este Estatuto, as deliberações da Assembleia Geral de Acionistas e do Conselho de Administração e as decisões colegiadas do Conselho Diretor e da Diretoria Executiva, observando os princípios de boa técnica bancária e de boas práticas de governança corporativa, e, também, o disposto na Lei nº 6.404/76, Lei nº 13.303/16 e seu respectivo Decreto regulamentador, demais normas aplicáveis e em seu Regimento Interno. Além disso, são atribuições:

I – do Presidente:

(...).

d) supervisionar e coordenar a atuação dos Vice-Presidentes, dos Diretores e titulares de unidades que estiverem sob sua supervisão direta; (Grifamos)

que o quanto veiculado por aquela revista⁵ consiste em um ponto de vista jornalístico do(s) seu(s) redator(es), não espelhando apropriadamente os esclarecimentos prestados naquela oportunidade, consoante o exposto acima.

II. Futuras peças publicitárias terão de ser avaliadas pelo presidente da República antes de veiculadas?

No âmbito do Banco, os processos de idealização, criação, aprovação e veiculação das suas campanhas publicitárias estão normatizados em documentos internos de governança corporativa, sem a intervenção do Presidente da República.

Cabe repisar que o BB, alinhado às boas práticas de governança corporativa, possui suas próprias instâncias decisórias, cada qual com competências e alçadas específicas, e mesmo antes da Lei nº 13.303/2016⁶ já dispunha de mecanismos inibitórios da interferência do acionista controlador na administração da Companhia.

Importante esclarecer, finalmente, que por força do artigo 19, inciso II, alínea "a"⁷, da Instrução Normativa nº 2/2018⁸, da Secretaria Especial de Comunicação Social - Secom, vinculada à Secretaria de Governo da Presidência da República, está dispensado de análise pela Secom o conteúdo de *Publicidade Mercadológica* não vinculada a políticas públicas do Poder Executivo Federal.

Entende-se por *Publicidade Mercadológica*, a teor do disposto no artigo 3º, inciso III, da mesma Instrução Normativa, a ação de publicidade destinada a *alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado*.

Sendo assim, respondendo a este questionamento, informamos inexistir previsão de que a Presidência da República revise a publicidade mercadológica do Banco.

III. A medida configura violação da autonomia decisória do Banco do Brasil, da Lei 13.303/16 (Lei das Estatais) e do Decreto 8.945/16, que regulamenta a Lei?

As exposições acima e as ponderações lançadas na manifestação decorrente do RIC 561/2019 esclareceram que, tanto a suspensão do vídeo vinculado à Campanha *Selfie* (implicando, consequentemente, a suspensão de todas as ações de *marketing* vinculadas a ela) quanto sua substituição pela campanha de crédito de antecipação da restituição de

⁵ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-veta-propaganda-do-banco-do-brasil-e-diretor-e-afastado/>. Acesso em: 07.08.2019.

⁶ "Dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública, da sociedade de economia mista e de suas subsidiárias, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios."

⁷ Art. 19. Não serão analisados pela SECOM:

(...)

II – o conteúdo das ações:

a) de Publicidade Mercadológica não vinculada a políticas do Poder Executivo federal; e (Grifamos)

⁸ "Disciplina a publicidade dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal e dá orientações complementares.

Imposto de Renda – Campanha IR-2019, caracterizaram-se como atos de gestão voltados apenas ao atendimento dos interesses negociais e mercadológicos do Banco.

Restou esclarecido, também, que tal medida encontrou amparo no poder-dever conferido ao Presidente do Banco pelo artigo 30, inciso I, alínea “d”, do Estatuto Social, de supervisar os titulares das unidades diretamente vinculadas a ele (como é o caso da Dimac), visando ajustar as ações de comunicação da Companhia aos seus objetivos estratégicos de rejuvenescimento da clientela e expansão da base de clientes digitais.

Em suma, a medida em comento resultou de uma decisão administrativa interna do Banco, orientada pelo seu Presidente no exercício de prerrogativa estatutária, voltada aos interesses negociais e mercadológicos da Companhia e sem influência externa, o que a coloca em sintonia com a legislação societária, notadamente a Lei nº 6.404/76⁹, a Lei nº 13.303/2016¹⁰ e o Decreto nº 8.945/2016¹¹. Logo, pode-se afirmar que não houve violação da autonomia decisória do Banco no caso da suspensão do vídeo vinculado à Campanha *Selfie*.

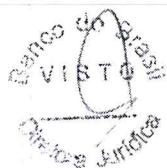
Sendo o que nos cabia manifestar, permanecemos à disposição para outros esclarecimentos, se necessários.

Atenciosamente,



Rubem de Freitas Novaes

Presidente



⁹ “Dispõe sobre a Sociedade por Ações.”

¹⁰ “Dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública, da sociedade de economia mista e de suas subsidiárias, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.”

¹¹ “Regulamenta, no âmbito da União, a Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, que dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública, da sociedade de economia mista e de suas subsidiárias, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.”