

**1º ADITAMENTO AO MEMORIAL PELO 5º DENUNCIADO**

**MARCOS VALÉRIO FERNANDES DE SOUZA**

**AÇÃO PENAL nº 470 – STF – MG**

**ASSUNTO: EFETIVA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EM RAZÃO DOS RECEBIMENTOS DE RECURSOS DO FUNDO VISANET**

Eminente Ministro Revisor RICARDO LEWANDOWSKI e Eminentess Senhores Ministros do Supremo Tribunal Federal,

A defesa do denunciado MARCOS VALÉRIO não pretende, neste 1º Aditamento ao Memorial, rediscutir a matéria de fato que ficou assentada no voto do douto Ministro Revisor, no sentido de que os recursos do Fundo de Incentivo Visanet seriam recursos públicos em parte do Banco do Brasil, embora discorde desta sua conclusão.

Neste fase do julgamento, o que a defesa de MARCOS VALÉRIO quer deixar claro para o eminente Ministro Revisor e para os ínclitos Ministros do STF é que, ao contrário do imaginado, a **DNA Propaganda Ltda.**, em razão dos valores recebidos da **VISANET**, **prestou efetivamente serviços de publicidade para o Banco do Brasil**, desenvolvendo inúmeras ações de incentivo (propaganda) para fins de promoção dos cartão de crédito de bandeira VISA emitidos pelo BB, durante os anos de 2003, 2004 e 2005.

Após o recebimento das quatro parcelas referidas em seu judicioso voto do Ministro Revisor, no valor total de **R\$73.851.356,18**, a DNA Propaganda Ltda. prestou contas das inúmeras ações de incentivo desenvolvidas para o Banco do Brasil, o qual, em 17/01/2005, através do Gerente Executivo da Diretoria de Marketing e Comunicação, ROGÉRIO SOUZA DE OLIVEIRA (depoimento em juízo, fls. 37.948/37.950, vol. 176), informou que havia um saldo negativo de apenas **R\$2.064.522,61** (DOC. 03, anexo).

Em razão desta cobrança, a DNA Propaganda Ltda. encaminhou, então, ao Banco do Brasil uma planilha detalhada informando os gastos efetuados em ações de incentivo de interesse do Banco do Brasil/VISANET no curso do ano de 2005, totalizando **R\$12.947.436,09** (DOC. 04, anexo).

Como no segundo semestre de 2005, em virtude do chamado “escândalo do mensalão”, as relações comerciais entre a agência de propaganda DNA e o Banco do Brasil estavam rompidas, a DNA Propaganda Ltda., para entregar o restante da prestação de contas dos serviços efetivamente prestados teve que fazer ao Banco do Brasil uma Notificação Extrajudicial por Cartório, demonstrando que era credora daquela instituição financeira (DOC. 05, anexo).

E, finalmente, para receber seu crédito remanescente pelos serviços efetivamente prestados, a DNA Propaganda Ltda. ajuizou contra o Banco do Brasil S/A e contra a CBMP – Companhia Brasileira de Meios de Pagamento/VISANET uma Ação Ordinária de Cobrança, distribuída sob o nº 2008.01.1.083182-7 junto a 7ª Vara Cível de Brasília/DF, ainda em curso.

Nas próprias NOTAS TÉCNICAS, juntadas no volume 25 desta Ação Penal 470, que foram invocadas pelo duto Ministro Revisor em seu voto, há referências a realização das ações de incentivo e ao sucesso das propagandas desenvolvidas pela DNA Propaganda Ltda. em favor do Banco do Brasil com as verbas repassadas pela VISANET, a cada semestre. Basta ler nos próprios autos:

1º) Na Nota Técnica DIMAC/DIREV 2003/1141, vol. 25, fls. 5376 e verso, no Tópico “Análise”, nos itens 5.1 a 5.6, registra-se que foram desenvolvidas ações de mídia nas campanhas Ourocard e Visa Electron, com a verba repassada pela Visanet para a DNA Propaganda Ltda., em 2002, cujo resultado foi a manutenção do Banco do Brasil na liderança do faturamento de cartões de crédito;

2º) Na Nota Técnica DIMAC/DIREC 2003/3281, vol. 25, fls. 5380 e verso, no Tópico “Análise”, nos itens 5.1 a 5.5, registra-se que foi desenvolvida estratégia de comunicação, com a verba disponibilizada no primeiro semestre de 2003 pela Visanet para a DNA Propaganda Ltda, cujo resultado foi o fortalecimento do produto cartões (Business Card, Platinum, Ourocard, Visa Electron e Clube Ouro), com a manutenção da instituição na liderança no faturamento de cartões e seu crescimento em 28% durante o ano de 2003 até setembro;

3º) Na Nota Técnica DIMAC/DIREC 2004/0251, vol. 25, fls. 5383 e verso, no Tópico “Análise”, nos itens 5.1 a 5.5, registra-se que foram desenvolvidas ações de comunicação durante o ano de 2003, com a verba repassada pela Visanet para a DNA Propaganda Ltda., cujo resultado foi a manutenção da liderança do Banco do Brasil no faturamento em cartões da bandeira Visa, cujo crescimento atingiu 34,45%;

4º) Na Nota Técnica DIMAC/DIREC 2004/1410, vol. 25, fls. 5387 e verso, no Tópico “Análise”, nos itens 5.1 a 5.5, registra-se que foram desenvolvidas ações de comunicação e outras destinadas a fortalecer as operações de cartões, com a verba disponibilizada em fevereiro de 2004 pela Visanet para a DNA Propaganda Ltda., que favoreceram a manutenção da posição do Banco do Brasil na liderança do faturamento de cartões entre os bancos (R\$19,1 bilhões nos últimos 12 meses, com atingimento da marca de 5,6 milhões de cartões de crédito emitidos).

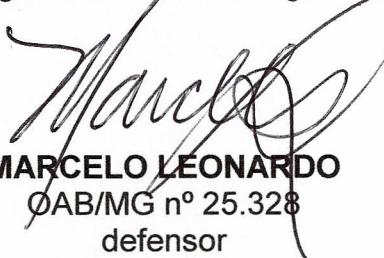
Como se identifica na planilha anexa, como foi apurado pelo eminente Ministro Revisor em relação ao contrato da Câmara dos Deputados, aqui, também, no contrato do Banco do Brasil, a maior parte dos recursos repassados pela VISANET (em torno de 66%) foi empregada no pagamento de veiculação junto às maiores empresas de mídia do país.

Em razão dos resultados positivos das ações de incentivo (propagandas) desenvolvidas pela DNA Propaganda Ltda., com as verbas repassadas pela VISANET, durante os anos de 2003 a 2005, para os cartões de créditos emitidos pela Banco do Brasil, a testemunha CLÁUDIO DE CASTRO VASCONCELOS, funcionário do BB por 25 anos e que trabalhou na

DIMAC, em seu depoimento em juízo, confirmou o sucesso das campanhas publicitárias desenvolvidas pela DNA que mantiveram o Banco do Brasil na liderança do faturamento de cartões de crédito entre os bancos associados à VISANET, com expressivo crescimento (fls. 30.457/30.462 – vol. 141).

Assim, resta evidenciado que a DNA Propaganda Ltda. efetivamente prestou serviços de publicidade para os cartões de crédito do Banco do Brasil com os recursos repassados pela VISANET, sendo credora pelas ações de incentivo desenvolvidas, as quais superaram em custos as verbas recebidas.

Brasília, segunda-feira, 27 de agosto de 2012

  
**MARCELO LEONARDO**  
OAB/MG nº 25.328  
defensor