



BRASILIANAS

William França | brasilianas.cm@gmail.com

BRB gastou 63% do lucro com patrocínios e é investigado pelo TCDF e pelo MP

Com R\$ 129 milhões destinados a eventos e clubes de fora do DF — e apenas 0,05% para causas sociais locais — o BRB é acusado de desvio de finalidade. O banco é cobrado por transparência em contratos milionários de publicidade: são dois processos em curso no Tribunal de Contas do DF, além de inquérito em curso no Ministério Público do DF

O Banco de Brasília (BRB), instituição financeira pública vinculada ao Governo do Distrito Federal, está no centro de várias investigações por desvio de finalidade e má gestão de recursos públicos. “Brasilianas” apurou que o Tribunal de Contas do Distrito Federal está analisando dados do BRB relacionados ao uso de recursos de publicidade em dois processos distintos: os de número 00600-00008489/2025-56-e o de número 00600-00000937/2025-73-e (este último corre sob sigilo, motivo pelo qual não é possível ter acesso ao conteúdo das peças processuais).

O Ministério Público do DF, por sua vez, instaurou um Inquérito Civil para apurar possíveis danos ao patrimônio público envolvendo o Banco de Brasília e a Cartão BRB S.A., em razão de “descumprimento dos limites legais para despesas com publicidade e patrocínio” entre 2019 e 2024. O ano eleitoral de 2022 é considerado um ponto crítico pelo Ministério Público, devido ao possível descumprimento das restrições legais (Lei nº 9.504/97).

Uma das fontes das investigações em curso pelo Tribunal de Contas é uma representação proposta pelo deputado distrital Gabriel Magno (PT), com base em estudo do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Econômicos (Dieese) de agosto de 2023. O levantamento foi feito a pedido do Sindicato

dos Bancários do DF.

Segundo a representação, “o BRB apresentou um incremento de 1.500% (mil e quinhentos por cento) nos dispêndios com patrocínios e ações de publicidade no quinquênio analisado, elevando-se de R\$ 7,68 milhões (sete milhões, seiscentos e oitenta mil reais) em 2018 para R\$ 129 milhões (cento e vinte e nove milhões de reais) em 2023, montante este que representou 63% (sessenta e três por cento) do lucro líquido anual da instituição financeira”, naquele ano.

A representação do distrital petista não leva em conta dados de 2024 e de 2025 - que ainda não são públicos e estão sendo objeto de levantamentos complementares, feitos pelo Tribunal de Contas.

Já o Ministério Público está investigando os gastos com publicidade e patrocínio a partir de comunicação oficial encaminhada pelo Banco Central (Bacen), de acordo com a Portaria nº 23 da Promotoria de Justiça de Defesa do Patrimônio Público e Social (Prodep), assinada pelo promotor Eduardo Gazzinelli Velloso. Segundo o MP, o Banco Central estranhou o descumprimento dos limites previstos em publicidade e os montantes entregues pelo BRB e Cartão BRB a blogs e sites sem audiência que justificasse o montante repassado. O artigo 93 da Lei das Estatais impõe que empresas públicas e sociedades de

economia mista observem princípios de economicidade, impessoalidade e interesse público nas despesas com publicidade e patrocínio.

Em outubro, o Banco de Brasília retirou de seu site todos os contratos públicos, após reportagem da “Folha de S.Paulo” revelar a contratação de um escritório de advocacia para avaliar possíveis prejuízos do BRB em negociação com o Banco Master.

Gastos sem finalidade social

Para efeito de comparação, enquanto o BRB em 2023 destinou R\$ 129 milhões a ações de publicidade e patrocínio - o que correspondeu a 63% do lucro líquido da instituição naquele ano - o Banco do Brasil aplicou apenas 0,46% do seu lucro líquido em patrocínios no mesmo período. Outros bancos públicos estaduais, como Banestes (ES), Banpará (PA) e Banrisul (RS), registraram percentuais muito inferiores: 2%, 6% e 9%, respectivamente.

A representação protocolada pelo distrital Gabriel Magno aponta que o banco teria desviado sua função pública de fomento ao desenvolvimento regional para investir, de forma desproporcional, em contratos de publicidade e patrocínio — muitos deles com entidades de fora do DF e sem retorno social comprovado.

Segundo o estudo do Dieese, os investimentos em causas sociais — que

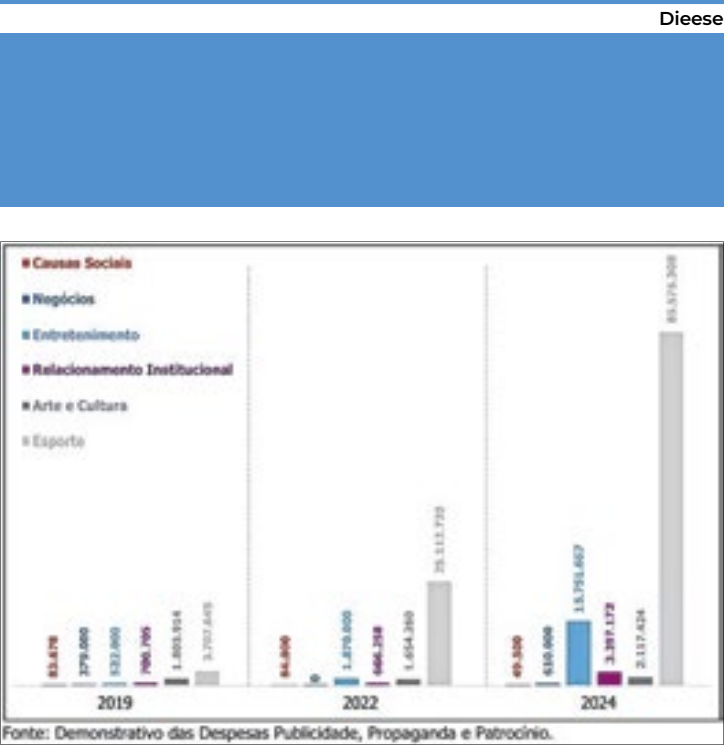


Gráfico indica despesas de patrocínio pelo BRB por categorias: causas sociais, negócios, entretenimento, relacionamento institucional, arte e cultura e esporte



Percentual do lucro líquido dos bancos públicos gasto com patrocínios, em 2023

deveriam ser prioridade para um banco público — caíram 40,8% entre 2019 e 2024. Em 2024, representaram apenas 0,05% do total gasto com patrocínios.”Os gastos do BRB não têm qualquer retorno social comprovado para o DF”, afirmou o distrital.

“Esse contraste revela que a gestão de Ibaneis Rocha e Celina Leão é um desastre para o DF. Além de quererem comprar um banco falido por R\$ 2 bilhões (o Banco Master), ainda aumentaram gastos com patrocínio, sem transparência e sem alinhamento com a missão de um banco público. Gastaram quase todo o

lucro líquido do banco em eventos elitistas, sem retorno algum para a cidade”, afirmou Gabriel Magno a “Brasilianas”.

Missão institucional ignorada

Criado para ser o agente oficial de fomento do Distrito Federal, o BRB tem como missão promover o desenvolvimento econômico e social da região. A Lei Orgânica do DF e a Lei de Diretrizes Orçamentárias de 2024 (LDO/DF nº 7.313/2023) determinam que o banco priorize ações voltadas à geração de emprego, apoio a micro e pequenos empreendedores, inclusão social e finan-

Para onde foi o dinheiro do patrocínio?

Altos Investimentos no Flamengo, na Fórmula 1 e em outras categorias do automobilismo, além de campeonatos de tênis e em jogos de futebol promovidos pelo Metrôpoles, estão sob investigação

A representação que está sendo investigada pelo TCDF detalha a concentração dos recursos em contratos com entidades esportivas e eventos de entretenimento, muitos deles sediados fora do Distrito Federal. Elas vão em sentido oposto ao que prevê a Lei Orgânica do DF e da LDO de 2024.

Nos primeiros nove meses de 2024, o BRB já havia desembolsado R\$ 85 milhões em patrocínios, sendo: R\$ 31 milhões (36,7%) para o automobilismo, R\$ 26,5 milhões (31,4%) para o futebol e R\$ 7,2 milhões (8,5%) para eventos e entretenimento.

BRB x Flamengo

O BRB mantém um contrato milionário com o Flamengo que já ultrapassa R\$ 200 milhões desde 2020, com previsão de mais R\$ 50 milhões até o fim de 2025. O patrocínio é alvo de críticas e investigações por desvio de finalidade, já que o clube é sediado fora do DF.

Segundo dados da representação do distrital, apenas entre 2020 e 2023 o Flamengo recebeu R\$ 153,18 milhões do BRB, que se tornou um dos maiores contratos de patrocínio já firmados por uma instituição pública do Distrito Federal.

Em abril de 2024, o Conselho Deliberativo do clube aprovou a renovação do contrato, com previsão de R\$ 50 milhões até dezembro de 2025 — sendo R\$ 25 milhões por ano.

O BRB deixou de ser patrocinador master (posição central da camisa) após a entrada da casa de apostas Pixbet, e passou a ocupar a omopleta (região dos ombros) do uniforme.

A relação entre banco e clube envolve não apenas a exposição da marca na camisa, mas também a operação do chamado “Banco Nação”, uma plataforma digital voltada à torcida rubro-negra, com valor mínimo de R\$ 15 milhões por ano, podendo chegar a R\$ 25 milhões caso o patrocínio não seja renovado após dois anos.

O governador Ibaneis Rocha - que, conforme apuração de “Brasilianas”, viajaria para Lima, no Peru, para assistir a

final da Libertadores neste sábado (29), onde o Flamengo enfrenta o Palmeiras na final - tem uma relação pessoal e comercial direta com o Flamengo: é torcedor declarado do clube, adquiriu franquias de lojas oficiais da marca no DF com os filhos e, sob sua gestão, o BRB firmou e ampliou contratos milionários de patrocínio com o time carioca.

Em 2021, veio à tona que Ibaneis e seus filhos abriram duas lojas da franquia “Nação Rubro-Negra” em Brasília, especializadas na venda de produtos oficiais do Flamengo. A empresa RB Comércio Varejista de Artigos Esportivos Ltda., com capital social de R\$ 1 milhão, tem como sócios o governador e seus três filhos. A primeira loja foi aberta no Brasília Shopping; a segunda, no Shopping JK, em Taguatinga.

O filho mais velho, Caio Rocha, é o administrador da empresa e tem poderes para assinar documentos e gerir os negócios. A abertura das lojas coincidiu com a flexibilização das restrições da pandemia no DF e com a realização de jogos do Flamengo no Estádio Mané Garrincha, o que levantou suspeitas de conflito de interesses.

O Ministério Público do DF abriu uma investigação para apurar se houve favorecimento indevido ao clube e, por consequência, às lojas da família do governador. A suspeita surgiu após o GDF liberar a presença de público em jogos do Flamengo em Brasília, pouco depois da inauguração das lojas. Um dos jogos, contra o Olimpia pela Libertadores, levou mais de 20 mil torcedores ao Mané Garrincha, movimentando o comércio local.

Segundo reportagem do site Relatório Reservado, a parceria entre BRB e Flamengo seria, na prática, um projeto pessoal do governador. Em entrevista ao Canal Paparazzo Rubro Negro, em agosto de 2022, o ex-presidente do BRB afirmou que buscava um sócio para financiar a compra do terreno e a construção do estádio do Flamengo - na cidade do Rio de Janeiro. Paulo Henrique Costa também contou que o banco pretendia ter o naming rights do

futuro estádio.

A plataforma Nação BRB Fla, segundo a mesma fonte, acumulava inadimplência de quase R\$ 450 milhões em 2023, o que levantou dúvidas sobre a viabilidade financeira do projeto.

BRB x Fórmula 1

A equipe de Fórmula 1 BWT Alpine também figura entre os principais beneficiários.

O Banco de Brasília entrou oficialmente no universo da Fórmula 1 em 2023 ao firmar uma parceria com a equipe francesa BWT Alpine F1 Team. A iniciativa, segundo o banco, visava fortalecer a marca, ampliar relacionamentos e posicionar a instituição no cenário internacional. No entanto, o patrocínio milionário a uma equipe estrangeira — que ocupa a penúltima colocação no campeonato de 2025 — tem sido alvo de críticas e investigações por suposto desvio de finalidade.

O BRB investiu R\$ 1.657.433,33 na Alpine apenas entre janeiro e março de 2024. O valor é o segundo maior entre os patrocínios esportivos do banco no período, atrás apenas do investimento na Supercopa do Brasil (R\$ 1,77 milhão).

Segundo o banco, o patrocínio se justifica “como parte de uma estratégia de internacionalização da marca”. O banco também se tornou parceiro exclusivo de serviços financeiros da escuderia na América do Sul. A representação do deputado Gabriel Magno ao TCDF menciona o patrocínio à Alpine como exemplo de “espetáculo elitizado” financiado com recursos públicos

Em julho de 2023, o BRB anunciou que se tornaria o parceiro exclusivo de serviços financeiros da Alpine na América do Sul. Como parte do acordo, o banco pretende criar uma academia de pilotos em Brasília, com seleções anuais para apoiar jovens talentos brasileiros no automobilismo internacional.

A proposta é transformar a capital federal em um polo do automobilismo, oferecendo oportunidades para que pilotos brasileiros tenham acesso a catego-



O BRB mantém um contrato milionário com o Flamengo, que já ultrapassa R\$ 200 milhões desde 2020

rias de base e, eventualmente, à Fórmula 1. “Estamos muito entusiasmados com a possibilidade de termos uma Alpine Academy no Brasil”, afirmou o então presidente do BRB, Paulo Henrique Costa.

Além da Alpine, o BRB também patrocina outras categorias do automobilismo, como Stock Car, Fórmula 4 Brasil, Touring Car Championship (TCR) e o Rally dos Sertões.

Também se somam aos “investimentos” do BRB na Fórmula 1 a compra de ingressos. Em 2024, o BRB gastou R\$ 3,2 milhões na aquisição de ingressos de camarotes para o GP de F1 em São Paulo, valor que foi divulgado no “Diário Oficial do DF” dois dias antes da corrida, conforme demonstrou reportagem do jornal O Estado de S.Paulo.

Este ano, o BRB distribuiu ingressos VIP para que políticos, empresários e clientes comparecessem ao GP de F1 em São Paulo, que aconteceu no dia 9 de novembro. O banco adquiriu ingressos para o F1 Paddock Club, que garantiam acesso à área mais luxuosa do autódromo e visão privilegiada da pista. O deputado distrital Chico Vigilante (PT) chamou a ação de “farra” e acionou o Ministério Público

para investigar esse gasto, além do ressarcimento ao erário e responsabilização dos agentes envolvidos.

BRB x Bortoleto e família

O BRB é patrocinador direto do piloto Gabriel Bortoleto, da equipe Sauber na Fórmula 1. O banco também mantém relações com o pai do piloto, Lincoln Oliveira, que é CEO da Stock Car e figura influente no automobilismo nacional — setor no qual o BRB tem investido pesadamente.

No campeonato de 2025 da Fórmula 1, Bortoleto pontuou apenas uma vez nas últimas seis corridas, com o décimo lugar no GP do México. O brasileiro é o 19º colocado no campeonato de pilotos, com 19 pontos ganhos. Segundo o relatório do Dieese, Gabriel Bortoleto recebeu em 2023 um patrocínio de R\$ 2.383.333,00.

A ascensão do jovem piloto Gabriel Bortoleto (completou recentemente 21 anos) teve o apoio direto do Banco de Brasília, que se tornou um dos principais patrocinadores do brasileiro. O patrocínio - segundo o BRB - faz parte da estratégia do banco de se posicionar no automobilismo internacional, mas tam-

ciamento de políticas públicas locais.

A representação do deputado petista sustenta que os contratos de patrocínio firmados pelo banco não atendem a esses critérios. Ao contrário: concentram-se em clubes de futebol e eventos de grande visibilidade, mas sem impacto comprovado na economia ou na qualidade de vida da população do DF.

“O banco está se afastando de sua missão pública e se aproximando de uma gestão temerária, orientada por interesses alheios ao interesse coletivo”, conclui Gabriel Magno.

Diante do que classifica como “desvio de finalidade”, o deputado solicita ao TCDF: 1) A suspensão imediata da celebração de novos contratos de patrocínio pelo BRB; 2) A apresentação de relatórios detalhados sobre os contratos vigentes, com comprovação de retorno social e motivação específica; e 3) A revisão integral da política de patrocínios da instituição.

A representação também destaca que o controle externo exercido pelo TCDF é um dever institucional de proteção ao patrimônio público e à função social do Estado.

Para “Brasilianas”, o Tribunal de Contas do DF afirmou que “no momento, há cinco auditorias em curso envolvendo o BRB, mas nenhuma delas em temas relacionados ao Banco Master”.

No caso dos processos que envolvem publicidade e patrocínio, o caso agora está sob análise da Corte de Contas, e os próximos passos dependerão das respostas do BRB e do avanço das auditorias em curso.

Outro lado - BRB responde

A Assessoria de Imprensa do BRB afirmou ontem a “Brasilianas” que o banco “já apresentou ao Tribunal de Contas do Distrito Federal todos os esclarecimentos solicitados em relação às ações de publicidade, de patrocínio e à contratação de empresa de consultoria em gestão de imagem. Todas as ações seguem rigorosamente a Lei nº 13.303/2016, os processos internos de governança e aprovação pelas instâncias competentes.”

bém levanta questionamentos sobre critérios de escolha e possíveis conflitos de interesse, dada a forte presença da família Bortoleto no setor.

O pai de Gabriel, Lincoln Oliveira, é uma figura central no automobilismo brasileiro. Ele é CEO da Vicar, empresa promotora da Stock Car, e também fundador da Americanet, que se fundiu com a Vero em 2023, formando uma das maiores operadoras de internet do país.

A influência de Lincoln no setor é significativa: além de comandar a principal categoria do automobilismo nacional, ele tem forte trânsito entre patrocinadores e gestores públicos. A Vicar, por exemplo, é responsável por eventos que recebem apoio do BRB, como etapas da Stock Car em Brasília. A próxima será neste sábado, dia 29, na reinauguração do Autódromo de Brasília.

Essa sobreposição de interesses — com o BRB patrocinando tanto o filho quanto eventos promovidos pela empresa do pai — levanta dúvidas sobre a transparência e os critérios adotados pelo banco para a concessão de patrocínios.

“Esses patrocínios não preservam seu caráter regional, uma vez que muitos dos eventos patrocinados ocorrem fora do Distrito Federal e entorno, como é o caso da Fórmula 1 em São Paulo”, afirma a representação.

BRB x Metrôpoles

O Metrôpoles Produções Audiovisuais aparece na representação preparada pelo deputado Gabriel Magno como o quinto maior beneficiário em recursos para patrocínio no primeiro trimestre de 2024. Os dados ainda são parciais. O braço de entretenimento do site de notícias recebeu R\$ 4.675.000 (quatro milhões, seiscentos e setenta e cinco mil reais).

O relatório indica que foram empregados R\$ 1,775 milhão na Supercopa do Brasil 2024, outros R\$ 200 mil no jogo entre Nova Iguaçu e Internacional e mais R\$ 200 mil para patrocinar o jogo entre a Inter de Limeira e o São Paulo.

No ranking das despesas, depois do Flamengo, da Vicar e da Alpine, aparece a Confederação Brasileira de Tênis, tendo recebido R\$ 6.500.000,00 (seis milhões e quinhentos mil reais) de patrocínio do banco. “É mais um exemplo de ‘espetáculo elitizado’ financiado com recursos públicos, em detrimento de investimentos em causas sociais e desenvolvimento local”, completa o deputado distrital.