



REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO Nº _____, **DE 2025.**
(Do Sr. Gustavo Gayer)

Solicita informações ao Sr. Ministro da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, a respeito da notícia que veículos de mídia alinhados ao Partido dos Trabalhadores, voltaram a receber verba de publicidade do Banco do Brasil e da Caixa Econômica Federal, a partir do início do terceiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Senhor Presidente,

Requeiro a V. Ex^a., com base no art. 50, § 2º, da Constituição Federal, e na forma dos arts. 115 e 116 do Regimento Interno que, ouvida a Mesa, sejam solicitadas informações ao Sr. Ministro da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, quanto a notícia que veículos de mídia alinhados ao Partido dos Trabalhadores, voltaram a receber verba de publicidade do Banco do Brasil e da Caixa Econômica Federal, a partir do início do terceiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Com o objetivo de instruir as informações relativas a este requerimento de informação, solicito que sejam respondidos os seguintes questionamentos:

- 1- *Quais foram os critérios adotados pela SECOM para a escolha dos veículos de mídia que receberam verbas publicitárias do Banco do Brasil e da Caixa Econômica Federal após o início do terceiro mandato do presidente Lula?*





- 2- *Por que o Governo e a SECOM optaram por destinar recursos públicos para veículos de comunicação claramente alinhados ao Partido dos Trabalhadores (PT), que têm uma linha editorial predominantemente favorável ao governo e crítica à oposição?*
- 3- *Houve algum tipo de justificativa técnica ou estudo que comprova a necessidade de concentrar a verba publicitária em um grupo restrito de veículos que compartilham uma mesma linha política? Ou essa escolha foi feita com base em critérios editoriais ou de audiência?*
- 4- *Qual é a transparência sobre os contratos firmados entre o Banco do Brasil, a Caixa Econômica Federal e os cinco veículos de comunicação mencionados? Existe um processo claro de prestação de contas para a sociedade sobre o valor total e as condições desses repasses?*
- 5- *Considerando que as verbas publicitárias federais são oriundas de impostos pagos por toda a população, como o governo garante que esses recursos estão sendo usados de maneira imparcial, sem favorecimento a veículos que promovem uma agenda política específica?*
- 6- *O governo considera que a destinação de verbas públicas para veículos de mídia com claros alinhamentos partidários pode comprometer a imparcialidade da comunicação governamental e a confiança pública nas instituições do Estado?*
- 7- *Qual é o posicionamento da SECOM em relação à pluralidade na mídia? O governo considera que a escolha de veículos com uma linha editorial tendenciosa contribui para o fortalecimento da democracia e da liberdade de expressão?*





- 8- *Dado o papel de fiscalização do Tribunal de Contas da União (TCU) sobre o uso de recursos públicos, o Governo e a SECOM estão dispostos a fornecer transparência sobre as escolhas feitas para essas contratações e permitir a auditoria dos repasses realizados?*
- 9- *Existem mecanismos de controle e monitoramento para garantir que os recursos públicos destinados a campanhas publicitárias institucionais não sejam utilizados para fins partidários, favorecendo apenas uma narrativa política em detrimento de outras?*
- 10- *Por fim, o governo tem a intenção de revisar esses contratos e garantir que a distribuição de recursos publicitários futuros seja feita de forma a atender a toda a sociedade, respeitando a diversidade de opiniões e a imparcialidade na comunicação pública?*

Por fim, solicita-se o fornecimento de informações complementares que o senhor Ministro da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República entenda como pertinentes, sobre as práticas adotadas em relação ao uso de verbas publicitárias, e a imparcialidade e a legalidade dos processos envolvidos.

JUSTIFICAÇÃO

É com grande apreensão que acompanhamos as recentes notícias de que, após o início do terceiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, cinco veículos de comunicação claramente alinhados ao Partido dos Trabalhadores (PT), voltaram a receber verbas publicitárias substanciais de duas das maiores instituições financeiras públicas do país: o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal.





Este fato desperta sérias preocupações sobre a transparência e a imparcialidade no uso de recursos públicos, especialmente em um momento de extrema polarização política no Brasil.

Segundo o portal “Folha de São Paulo”¹, veículos de mídia alinhados ao PT voltaram a receber verba de publicidade do Banco do Brasil e da Caixa Econômica Federal depois do início do terceiro mandato do presidente Lula (PT). Os dois bancos não anunciavam nessas publicações desde meados de 2016, quando ocorreu o impeachment de Dilma Rousseff (PT). Em 2023 e 2024, o Banco do Brasil e a Caixa compraram espaço de publicidade nos sites Brasil 247, Opera Mundi e DCM. Os bancos anunciavam nesses veículos em governos anteriores do PT, mas haviam interrompido as contratações na gestão de Michel Temer (MDB), situação que se manteve com Jair Bolsonaro (PL).

Além de comprar publicidade nos três portais, os bancos também anunciaram na revista Carta Capital e no site GGN. Nesses casos, não há registro de contratações feitas em outros mandatos petistas. Os cinco veículos costumam concentrar sua cobertura editorial em pautas positivas para os governos petistas e negativas para a oposição. As publicidades começaram em julho de 2023 para Carta Capital e Brasil 247 e junho deste ano para os outros três veículos. Elas tinham sido cessadas em junho de 2016, com exceção do 247, que recebeu publicidades em dezembro daquele ano.

Ainda, a reportagem informa que os bancos não divulgam o valor pago a cada veículo. No total, a Caixa gastou R\$ 361,6 milhões com a área de publicidade entre janeiro e novembro de 2024. O Banco do Brasil gastou R\$ 595,2 milhões em todo o ano com essa finalidade. A Folha de S.Paulo apurou que a escolha dos veículos em que os bancos compram espaço de publicidade é feita pela Secom (Secretaria de Comunicação) da Presidência da República. Os bancos decidem apenas quanto vão alocar em

¹ https://www1.folha.uol.com.br/poder/2025/02/bb-e-caixa-voltam-a-dar-dinheiro-de-publicidade-a-sites-alinhados-ao-governo-lula.shtml?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=twfolha





cada site, jornal e revista. A Secom não respondeu aos questionamentos da reportagem.

Ressalta-se, que os veículos em questão têm se destacado por concentrar sua cobertura editorial em pautas altamente favoráveis ao governo petista, ao passo que frequentemente adotam uma postura claramente crítica em relação à oposição, em especial aos adversários políticos do PT. O alinhamento ideológico, que fica evidente para qualquer observador atento, levanta questões sobre a utilização de verbas públicas de forma a beneficiar uma agenda política específica, em detrimento da pluralidade e da imparcialidade jornalística que deveria ser a norma.

O uso de recursos do Banco do Brasil e da Caixa Econômica Federal — ambos órgãos estatais e, portanto, custeados com o dinheiro dos contribuintes — para financiar veículos que promovem uma narrativa política favorável ao governo em exercício, não pode ser ignorado. Esse tipo de destinação de verba pública não só compromete a confiança da população nas instituições do Estado, mas também coloca em risco o princípio da equidade, que exige que os meios de comunicação tenham acesso a uma distribuição justa dos recursos, sem favorecimentos partidários ou ideológicos.

Ademais, estamos diante de um cenário em que a publicidade institucional de entidades públicas deveria ser direcionada de maneira a alcançar toda a sociedade, sem discriminação ou manipulação política. No entanto, o que se observa é a perpetuação de um modelo de comunicação em que a linha editorial dos veículos beneficiados reflete diretamente a estratégia do governo federal, favorecendo a construção de uma imagem positiva e homogênea do poder público, enquanto silencia as vozes da oposição.

Contudo, este é um momento crucial para a sociedade brasileira refletir sobre os rumos da nossa democracia e a integridade das instituições públicas. A utilização de recursos financeiros para manipulação da opinião pública e a construção de um consenso artificial em torno do governo em exercício é um risco para a liberdade de imprensa, para a diversidade de pontos de vista e, acima de tudo, para a transparência na gestão pública.





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal **GUSTAVO GAYER** – PL/GO

Pelo exposto, é fundamental que haja uma investigação rigorosa sobre os critérios adotados para a escolha desses veículos e a legalidade das verbas publicitárias destinadas a eles, garantido, assim, que os princípios constitucionais da publicidade e da transparência sejam efetivamente respeitados.

Sala das Sessões, de de 2025.

Deputado **GUSTAVO GAYER**
PL/GO

