

PROJETO DE LEI Nº , DE 2026

(Do Sr. FRED LINHARES)

Institui o Estatuto da Mídia Independente e Comunitária, dispõe sobre o reconhecimento e a integridade de veículos de comunicação de atuação local, regional ou comunitária, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

CAPÍTULO I**DOS PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS**

Art. 1º Esta Lei institui o Estatuto da Mídia Independente e Comunitária, dispõe sobre o reconhecimento e a integridade de veículos de comunicação de atuação local, regional ou comunitária, e dá outras providências.

Art. 2º A Mídia Independente e Comunitária constitui expressão legítima do exercício da liberdade de comunicação social e tem como fundamentos:

I – a liberdade de expressão, de comunicação e de imprensa, vedada qualquer forma de censura prévia, nos termos da Constituição Federal;

II – o direito fundamental de acesso à informação plural, diversa e territorialmente representativa;

III – a promoção do pluralismo político, cultural, social e regional no sistema de comunicação social;

IV – o fortalecimento da comunicação de base local, regional e comunitária como instrumento de cidadania, participação social e coesão democrática;



V – a função social da comunicação, orientada pelo interesse público e pela relevância informativa para as comunidades a que se destina;

VI – a transparência, a responsabilidade editorial e o compromisso com a veracidade das informações;

VII – a valorização da diversidade cultural, étnica, territorial e identitária da sociedade brasileira;

VIII – a complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal de comunicação social;

IX – a promoção da regionalização da produção comunicacional e o estímulo à produção independente

CAPÍTULO II

DAS DEFINIÇÕES

Art. 3º Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I – veículo de mídia independente e comunitária: aquele que exerce, de forma regular e contínua, atividade de produção, curadoria ou difusão de conteúdos jornalísticos, informativos, culturais ou educativos, voltados prioritariamente a comunidade, território ou público local ou regionalmente delimitado, sem subordinação editorial, administrativa ou econômica a terceiros, e orientado pela promoção do interesse público, da participação social e da diversidade informativa;

II – atuação regular e contínua: a produção e a difusão de conteúdos com periodicidade mínima definida, identificação pública do veículo e manutenção comprovada da atividade ao longo do tempo, conforme critérios objetivos estabelecidos em regulamento;

III – conteúdo local, regional ou comunitário: aquele que trate, de forma predominante, de temas, fatos, práticas, manifestações, serviços, interesses ou dinâmicas relacionados à realidade social, cultural, econômica, política ou institucional da comunidade, do território ou do público a que se



destina, com ênfase na produção, circulação e valorização de informações de interesse direto e imediato desse contexto;

IV – responsável editorial: a pessoa física identificada como responsável pela orientação editorial e pelo cumprimento dos deveres de transparência e integridade do veículo;

V – apoio cultural: toda forma de aporte financeiro, institucional ou material destinada a viabilizar a produção, a difusão ou a manutenção de conteúdos de interesse público local, regional ou comunitário, sem interferência na linha editorial do veículo.

Parágrafo único. O disposto nesta Lei aplica-se aos veículos que atuem nos meios impresso, radiofônico, televisivo ou digital, inclusive por meio de aplicações, plataformas, perfis, canais ou outros ambientes de distribuição de conteúdos em redes de comunicação eletrônica, observada a legislação setorial aplicável a cada meio.

CAPÍTULO III

DO CADASTRO NACIONAL

Art. 4º Fica instituído o Cadastro Nacional da Mídia Independente e Comunitária, de natureza declaratória, destinado a identificar os veículos aptos a acessar as políticas públicas previstas nesta Lei.

§ 1º O cadastro terá por finalidade exclusiva a habilitação para programas de fomento, contratação pública de publicidade institucional e demais políticas de incentivo.

§ 2º O cadastro não constitui autorização prévia, licença ou condição para o exercício da atividade jornalística ou comunicacional.

Art. 5º O cadastro previsto no art. 4º será concedido aos veículos que atendam, cumulativamente, aos seguintes requisitos:

I – identificação do responsável editorial;

II – indicação clara do público, território ou comunidade a que se destinam;



III – comprovação de atuação regular e contínua;

IV – transparência quanto à natureza jurídica e à forma de financiamento;

V – compromisso com a correção de informações e com a distinção entre conteúdo editorial e conteúdo publicitário.

Art. 6º Caberá ao órgão competente do Poder Executivo federal instituir, manter e administrar o Cadastro Nacional da Mídia Independente e Comunitária, bem como disciplinar seus procedimentos, critérios operacionais e mecanismos de atualização, observado o disposto nesta Lei.

Parágrafo único. O Cadastro previsto no *caput* deverá ser disponibilizado ao público por meio da internet, em formato aberto, estruturado e legível por máquinas, de modo a permitir o acesso amplo, a reutilização dos dados e o controle social.

Art. 7º Os veículos cadastrados nos termos desta Lei fazem jus:

I – ao reconhecimento institucional como veículos de mídia independente e comunitária;

II – ao acesso isonômico a políticas públicas de comunicação e cultura;

III – à participação em programas de capacitação, fomento e apoio técnico promovidos pelo poder público.

CAPÍTULO IV

DO APOIO CULTURAL E DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

Art. 8º O apoio cultural às entidades de Mídia Independente e Comunitária poderá ser realizado, entre outras formas, por meio das seguintes modalidades:

I – menção institucional do apoiador, inclusive por meio de créditos, vinhetas, chamadas, registros equivalentes ou outros meios de identificação;



II – divulgação de marcas, nomes, produtos, serviços, iniciativas ou canais de atendimento do apoiador, de caráter meramente informativo, vedado o conteúdo promocional ou persuasivo;

III – patrocínio de programas, quadros, séries, projetos editoriais ou conteúdos temáticos;

IV – apoio financeiro, institucional ou material destinado à produção, à difusão, à manutenção ou ao aprimoramento de conteúdos e atividades comunicacionais;

V – fornecimento, cessão ou comodato de bens, insumos, equipamentos, infraestrutura, licenças de uso, soluções tecnológicas ou serviços correlatos, desde que vinculados à atividade comunicacional;

VI – apoio a ações, campanhas ou conteúdos de interesse público, educativo, cultural, científico ou informativo.

Parágrafo único. O apoio cultural deverá observar os princípios da transparência, da identificação clara do apoiador e da preservação da autonomia editorial do veículo apoiado.

Art. 9º Os órgãos e entidades dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário deverão destinar percentual mínimo de suas despesas com publicidade institucional à veiculação em veículos de mídia independente e comunitária devidamente cadastrados, nos termos desta Lei.

§ 1º O percentual mínimo previsto no *caput* será definido em regulamento, observados os princípios da desconcentração, da diversidade regional e da eficiência da comunicação pública.

§ 2º A distribuição dos recursos deverá considerar critérios técnicos objetivos, proporcionais à escala, ao alcance territorial e à natureza dos veículos beneficiários.

Art. 10. As informações relativas à execução das despesas de publicidade institucional realizadas nos termos deste Capítulo deverão ser disponibilizadas ao público por meio da internet, em formato aberto, estruturado e legível por máquinas, de modo a permitir o acesso amplo, a reutilização dos dados e o controle social.



CAPÍTULO V

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 11. O poder público promoverá ações de capacitação, apoio técnico e difusão de boas práticas destinadas aos veículos de mídia independente e comunitária, com vistas ao fortalecimento da comunicação local e da cidadania.

Art. 12. Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A existência de meios de comunicação independentes e comunitários constitui elemento central para a vitalidade democrática, especialmente em sociedades marcadas por grandes desigualdades territoriais, sociais e informacionais. Ao operar fora dos grandes circuitos econômicos e das agendas dominantes da mídia comercial, esses veículos desempenham papel insubstituível na cobertura de temas locais, na visibilização de grupos historicamente sub-representados e no acompanhamento cotidiano das políticas públicas que afetam diretamente a vida das comunidades. Em inúmeros municípios brasileiros, sobretudo de pequeno e médio porte, a mídia local e comunitária representa a principal — e por vezes a única — fonte regular de informação jornalística.

Evidências empíricas acumuladas por organismos internacionais e entidades especializadas em comunicação indicam que a mídia comunitária e independente contribui de maneira significativa para o aumento do engajamento cívico, o fortalecimento da participação social e a ampliação da accountability de autoridades públicas em nível local. Estudos da UNESCO e de organizações da sociedade civil apontam que a presença de veículos enraizados nos territórios está associada à maior circulação de informações de interesse público, ao estímulo à organização comunitária e à formação de uma esfera pública mais plural e inclusiva, especialmente em contextos de baixa cobertura da grande mídia.



No Brasil, esse papel é particularmente relevante. Levantamentos recentes indicam a existência de milhares de iniciativas de mídia independente e comunitária em atividade, distribuídas entre rádios comunitárias, jornais locais, portais digitais, coletivos jornalísticos e canais audiovisuais em plataformas digitais. Apenas no campo da radiodifusão comunitária, há mais de quatro mil e setecentas rádios regularmente outorgadas, com presença em praticamente todos os estados da Federação. No ambiente digital, observa-se crescimento acelerado de iniciativas hiperlocais, impulsionadas por redes sociais e aplicações de mensageria, que ampliaram significativamente o alcance territorial desses veículos, mesmo em contextos de recursos limitados.

Apesar de sua relevância social e democrática, a mídia independente e comunitária enfrenta obstáculos estruturais persistentes. A precariedade das fontes de financiamento, a ausência de reconhecimento institucional adequado e a dificuldade de acesso a políticas públicas de comunicação comprometem a sustentabilidade desses veículos e limitam seu potencial de impacto. Esse cenário é agravado pela elevada concentração da publicidade institucional estatal em um número restrito de grandes grupos de comunicação, fenômeno reiteradamente apontado por órgãos de controle e estudos acadêmicos como fator de reprodução de desigualdades regionais e informativas.

Dados disponíveis demonstram que a maior parte dos recursos públicos destinados à publicidade institucional da União e de suas entidades vinculadas concentra-se em veículos de grande porte, majoritariamente sediados nos grandes centros urbanos, ainda que tais meios não sejam, em muitos casos, os mais eficazes para alcançar públicos locais ou comunidades específicas. Essa lógica não apenas reduz a eficiência comunicacional do gasto público, como também exclui sistematicamente veículos que possuem maior capilaridade territorial e maior aderência às realidades locais, enfraquecendo o pluralismo informativo e a diversidade de vozes no espaço público.

É nesse contexto que se insere a presente iniciativa legislativa, ao propor um marco normativo voltado ao reconhecimento institucional da



mídia independente e comunitária, à criação de instrumentos objetivos de identificação desses veículos e à ampliação de seu acesso a políticas públicas de fomento, capacitação e apoio técnico. O texto prevê a instituição de um cadastro nacional dessas entidades, destinado exclusivamente à habilitação para programas de incentivo, bem como estabelece diretrizes para a destinação mais equilibrada e transparente de recursos de publicidade institucional, com critérios técnicos que consideram diversidade regional, escala e interesse público.

Ao estruturar mecanismos claros de identificação, transparência e acesso isonômico às políticas públicas, a proposição busca produzir efeitos concretos e mensuráveis: ampliar a sustentabilidade econômica da mídia local e comunitária, aumentar a eficiência da comunicação pública, fortalecer a circulação de informações de interesse público em nível territorial e reduzir assimetrias históricas na distribuição dos recursos estatais destinados à comunicação. Trata-se, portanto, de uma iniciativa orientada não apenas por princípios normativos, mas por evidências empíricas e por experiências consolidadas que demonstram a centralidade da mídia independente e comunitária para a democracia contemporânea.

Assim, com a certeza da conveniência e oportunidade do presente projeto de lei, e no firme intuito de fortalecer o pluralismo informativo, promover a eficiência da comunicação pública e ampliar o direito da sociedade brasileira a uma informação diversa, territorialmente representativa e socialmente relevante, conclamamos o apoio dos nobres Parlamentares para sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2026.

Deputado FRED LINHARES

