

PROJETO DE LEI Nº , DE 2026

(Da Sra. RENATA ABREU)

Estabelece normas gerais sobre a destinação mínima de percentual da verba de comunicação institucional e de utilidade pública aos veículos de imprensa regionais e locais, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais sobre a destinação mínima de percentual da verba pública empregada em publicidade institucional, campanhas educativas, informativas e de utilidade pública aos veículos de imprensa regionais e locais.

Art. 2º Para os fins desta Lei, consideram-se:

I – veículos de imprensa regionais: os meios de comunicação sediados em determinado Estado ou em determinada região do País, com atuação predominantemente voltada ao público local ou regional;

II – veículos de imprensa locais: os meios de comunicação sediados em município, bairro, comunidade ou microrregião, cuja produção jornalística e informativa seja voltada precipuamente aos interesses daquela localidade;

III – verba de comunicação: os recursos públicos destinados à contratação de publicidade institucional, divulgação oficial, campanhas educativas, informativas, de orientação social e de utilidade pública.

Art. 3º Na execução de contratos de serviços de publicidade pela administração pública direta, autárquica e fundacional da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, deverá ser assegurada a destinação de, no mínimo, 30% (trinta por cento) do montante anual da verba de comunicação aos veículos de imprensa regionais e locais.



§ 1º O percentual de que trata o caput deverá observar distribuição proporcional entre as unidades da Federação e as localidades atingidas, de acordo com a abrangência da campanha e o público-alvo.

§ 2º Nas campanhas de alcance nacional, deverá ser assegurada a participação de veículos regionais e locais de todas as unidades da Federação, observada a pertinência territorial da mensagem.

Art. 4º A destinação do percentual mínimo previsto nesta Lei deverá observar critérios objetivos, transparentes e impessoais, considerados a compatibilidade de conteúdo, a abrangência territorial, a relevância social, a economicidade e a eficiência na aplicação dos recursos públicos.

Art. 5º Os órgãos e entidades abrangidos por esta Lei deverão publicar, em seus respectivos portais de transparência, relatório semestral contendo o valor total destinado à comunicação, a identificação dos veículos contratados, os valores pagos e a justificativa técnica para a distribuição realizada.

Art. 6º O Poder Executivo de cada ente federado regulamentará esta Lei para definir os parâmetros complementares de classificação dos veículos e os critérios técnicos de aferição de alcance, observada a autonomia administrativa.

Art. 7º Esta Lei entra em vigor após decorridos cento e oitenta dias da sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A presente proposição tem por finalidade corrigir uma distorção histórica na distribuição dos recursos públicos destinados à comunicação institucional. Na prática, grande parte dessas verbas concentra-se nos grandes veículos de imprensa de alcance nacional, enquanto os veículos regionais, locais e de bairro, que mantêm contato direto com a população e dão



visibilidade às demandas concretas de cada comunidade, acabam frequentemente excluídos do planejamento publicitário estatal.

Essa concentração compromete a pluralidade da informação, enfraquece a imprensa regional e limita o alcance efetivo das campanhas públicas. Em muitos casos, são justamente os veículos locais que primeiro noticiam os problemas da população, acompanham a realidade dos bairros, fiscalizam os serviços públicos e funcionam como elo imediato entre a sociedade e o poder público. Além disso, não raramente, pautas que depois ganham repercussão na grande mídia surgem inicialmente nos meios de comunicação regionais.

Ao reservar percentual mínimo da verba de comunicação para esses veículos, a proposta busca promover maior equilíbrio na distribuição dos recursos públicos, ampliar a capilaridade das campanhas institucionais e reconhecer a importância social, política e informativa da imprensa local e regional. A medida também contribui para fortalecer o jornalismo de proximidade, estimular a economia regional e democratizar o acesso à publicidade oficial, sem afastar a necessidade de critérios técnicos, objetivos e transparentes.

Trata-se, portanto, de iniciativa que prestigia a diversidade informativa, valoriza os meios de comunicação enraizados nas realidades locais e assegura maior efetividade à comunicação pública, tornando-a mais próxima da população e mais compatível com a pluralidade do território nacional.

Assim, dada a necessidade de normatização específica sobre o tema, rogamos o apoio dos ilustres Pares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2026.

Deputada RENATA ABREU
(Podemos/SP)

