Assembleia Legislativa de Alagoas
PROTOCOLO GERAL 2154/2026
Data: 27/10/2026 - Horário: 12:18
Legislativo

ESTADO DE ALAGOAS
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL
GABINETE DO DEPUTADO RONALDO MEDEIROS

Projeto de Lei nº ___/2026

ESTABELECE DIRETRIZES PARA A APLICAÇÃO DE RECURSOS ESTADUAIS EM PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E DE UTILIDADE PÚBLICA, ASSEGURA TRANSPARÊNCIA, REGIONALIZAÇÃO E NÃO DISCRIMINAÇÃO EDITORIAL, PRESERVA AS COMPETÊNCIAS DO CONSELHO ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E DISCIPLINA O APOIO CULTURAL A EMISSORAS COMUNITÁRIAS E EDUCATIVAS.

A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE ALAGOAS DECRETA:

CAPÍTULO I - DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Esta Lei estabelece diretrizes para o planejamento, a seleção de meios e veículos, a execução, a transparência e o controle da aplicação de recursos destinados à publicidade institucional e de utilidade pública da Administração Pública estadual direta e indireta.

§ 1º Sua aplicação observará a Constituição Federal, a Constituição do Estado de Alagoas, a legislação federal de contratação pública e de radiodifusão, a legislação eleitoral e a autonomia administrativa dos Poderes e dos órgãos constitucionalmente autônomos.

§ 2º Esta Lei disciplina a utilização de recursos cuja realização de despesa tenha sido regularmente autorizada, sem instituir programa de financiamento da imprensa, contratação obrigatória ou transferência de recursos desvinculada de objeto público determinado. Os critérios da lei não afastam as competências constitucionais do Conselho.

§ 3º As exigências de habilitação previstas nesta Lei destinam-se exclusivamente à participação nas ações custeadas pelo Estado e não constituem autorização para o exercício do jornalismo ou de outras atividades de comunicação.

Art. 2º A aplicação desta Lei observará legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, economicidade, isonomia, motivação, transparência, pluralidade

informativa, regionalização, liberdade editorial e adequação da mensagem ao público a que se destina.

§ 1º A publicidade terá finalidade educativa, informativa ou de orientação social, vedada a promoção pessoal ou político-partidária de autoridades, agentes públicos ou terceiros.

§ 2º Serão integralmente respeitadas as competências do Conselho Estadual de Comunicação Social previstas no art. 212 da Constituição do Estado de Alagoas, inclusive quanto à definição dos critérios de repartição equitativa das dotações de publicidade governamental, observada a prioridade constitucional dos organismos estatais.

Art. 3º Constituem objetivos das diretrizes estabelecidas nesta Lei: I - assegurar que a publicidade pública alcance a população com eficiência e diversidade de meios; II - valorizar a produção jornalística e comunicacional local e regional e contribuir para a redução dos desertos de notícia;

III - reconhecer a contribuição da cadeia produtiva da comunicação para o trabalho, a geração de renda e o desenvolvimento de Alagoas;

IV - proteger a independência editorial e impedir o uso da publicidade pública como instrumento de favorecimento ou retaliação;

V - assegurar participação compatível com a natureza de cada meio, com atenção aos veículos de menor porte e às comunidades com menor acesso à informação;

VI - permitir o controle da distribuição territorial e da concentração de recursos.

Parágrafo único. A valorização da cadeia produtiva compreende, conforme a atividade desempenhada, jornalistas, radialistas, publicitários, fotógrafos, cinegrafistas, editores, diagramadores, profissionais de tecnologia, trabalhadores gráficos, produtores audiovisuais e culturais, distribuidores, comunicadores comunitários e criadores de conteúdo, sem instituir reserva de mercado ou alterar a legislação profissional e trabalhista.

Art. 4º Para os fins desta Lei, considera-se:

I - veículo de comunicação: meio organizado de divulgação com responsável identificável, atividade regular e capacidade de comprovar circulação, audiência, alcance ou entrega;

II - veículo jornalístico local ou regional: veículo com responsabilidade editorial identificada, produção jornalística própria e atuação efetiva voltada à cobertura de Alagoas, de seus municípios ou de suas regiões;

III - produção jornalística própria: conteúdo original submetido a apuração, verificação, contextualização ou tratamento editorial efetivo, sob responsabilidade do veículo;

IV - canal digital independente: página, perfil, podcast, canal de vídeo ou outro meio digital mantido por responsável identificado, cuja aptidão será avaliada conforme sua atividade e o objeto da campanha;

V - atuação local ou regional efetiva: presença operacional demonstrável e atividade continuada de produção, cobertura ou atendimento ao público de Alagoas, não comprovadas apenas por endereço fiscal ou denominação comercial;

VI - grupo econômico: as relações de controle, coligação ou identidade de sócios ou proprietários relevantes para a aplicação do art. 212, § 3º, da Constituição estadual, observadas as hipóteses desse dispositivo.

CAPÍTULO II - PARTICIPAÇÃO E PROTEÇÃO EDITORIAL

Art. 5º Poderão ser considerados, conforme a finalidade da campanha e o regime jurídico aplicável, jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão, portais, sites, rádios pela internet, podcasts, canais audiovisuais, comunicadores e criadores de conteúdo e outros meios aptos a comprovar a entrega contratada.

§ 1º A avaliação respeitará as diferenças entre imprensa escrita, radiodifusão, meios digitais e outros suportes, vedada a aplicação automática de métricas incompatíveis com sua natureza.

§ 2º Os requisitos específicos da atividade jornalística serão exigidos apenas para o enquadramento nessa categoria, sem obrigar veículo de outra natureza a produzir jornalismo para participar de ação compatível com sua atividade.

§ 3º A denominação de portal ou página de notícias e o número de seguidores não conferem, isoladamente, condição de veículo jornalístico; canais mantidos em redes sociais poderão obter esse enquadramento se comprovarem os requisitos jornalísticos desta Lei.

§ 4º A participação de pessoas físicas dependerá de sua admissibilidade no regime de contratação aplicável e do atendimento das exigências legais de identificação, habilitação e responsabilização.

§ 5º Agências, produtoras e prestadores de serviços especializados participarão pelos procedimentos próprios previstos na legislação federal, sem equiparação automática a veículos de divulgação e sem criação, por esta Lei, de hipótese de contratação direta.

Art. 6º É vedado selecionar, excluir, reduzir investimento, impedir habilitação ou descredenciar veículo em razão de linha editorial, opinião, crítica, investigação jornalística, exercício do direito de petição ou posicionamento político lícito.

§ 1º É vedado condicionar contratação, continuidade de veiculação ou pagamento à divulgação de conteúdo editorial favorável, à retirada de conteúdo lícito, à omissão de notícia ou à identificação de fonte protegida.

§ 2º A decisão administrativa observará requisitos legais e critérios técnicos documentados, vedadas listas informais de favorecimento ou exclusão por razões editoriais.

§ 3º A vedação de retaliação não afasta a apuração de infração legal ou contratual demonstrada, mediante procedimento regular, motivação e direito de defesa.

Art. 7º Todo interessado que atenda aos requisitos aplicáveis terá direito à análise de sua aptidão em igualdade de condições nas ações compatíveis com seu meio, público e área de atuação.

§ 1º Habilitação, cadastro, audiência ou tempo de atividade não geram contratação automática, direito à renovação, valor mínimo de investimento ou parcela predeterminada do orçamento.

§ 2º A filiação sindical ou associativa é livre e não poderá constituir requisito, pontuação, preferência ou condição de permanência nas ações de publicidade pública.

§ 3º Não serão exigidos selo privado, certificação editorial paga ou vínculo com entidade determinada como condição de habilitação de veículo, sem prejuízo das certificações legalmente exigidas para atividades específicas.

CAPÍTULO III - PLANEJAMENTO E REGIONALIZAÇÃO

Art. 8º A escolha de meios e veículos considerará, com justificativa proporcional à campanha:

I - público a alcançar, cobertura geográfica e pertinência temática;

II - circulação, audiência, alcance ou entrega verificáveis, conforme o meio;

III - relevância local ou regional e capacidade de alcançar públicos insuficientemente atendidos;

IV - custos, preços praticados, eficiência e resultados esperados;

V - complementaridade dos meios, integridade das métricas e histórico de entrega;

VI - produção própria e contribuição operacional à cadeia da comunicação, quando pertinentes à finalidade e à natureza do meio.

VII - Os critérios técnicos devem ser aplicados conforme a legislação federal de publicidade e contratação.

§ 1º Os critérios e sua forma de aplicação serão públicos, objetivos e compatíveis com as deliberações do Conselho Estadual de Comunicação Social no âmbito de sua competência constitucional.

§ 2º A presença de equipe, colaboradores e estrutura de produção poderá ser considerada como fator complementar, sem exigência de número mínimo de empregados ou de estrutura incompatível com o porte do veículo.

§ 3º A dimensão da audiência não será o único fundamento para desconsiderar relevância comunitária, cobertura especializada ou alcance territorial pertinente à campanha.

Art. 9º Nas campanhas de abrangência estadual, o plano de mídia demonstrará a estratégia de cobertura territorial e considerará os veículos locais e regionais aptos, inclusive os do interior.

§ 1º A ausência de cobertura de região relevante para o público da campanha ou a exclusão de veículo local ou regional cuja aptidão e pertinência tenham sido demonstradas terá motivação específica no processo, admitida fundamentação comum para situações equivalentes.

§ 2º A concentração territorial dependerá de justificativa relacionada ao público, à finalidade, à disponibilidade de meios ou a outra razão técnica comprovada.

§ 3º A participação de meios nacionais, de plataformas ou de fornecedores sediados fora de Alagoas será justificada pela finalidade da campanha e pela entrega esperada, com demonstração da complementaridade em relação aos meios locais e regionais considerados.

§ 4º Este artigo não institui quota territorial, contratação de todos os veículos habilitados ou obrigação de distribuir recursos em partes iguais.

Art. 10. A atuação das agências e dos intermediários observará a legislação federal, a prévia autorização do anunciante e a identificação dos meios e veículos beneficiários.

§ 1º Incentivos comerciais não poderão se sobrepor ao interesse público ou determinar preferência ou exclusão de veículo em desacordo com os critérios técnicos da campanha.

§ 2º Na publicidade digital, deverão ser identificados, quando tecnicamente disponíveis, os canais de efetiva veiculação, os valores e a segmentação territorial, vedada a utilização de resultados agregados para ocultar beneficiários identificáveis.

§ 3º Despesas de produção, intermediação, tecnologia e veiculação serão discriminadas conforme sua natureza, sem faturamento duplicado ou confusão entre remuneração da agência e receita do veículo.

CAPÍTULO IV - COMPROVAÇÃO DA ATIVIDADE E DA ENTREGA

Art. 11. O enquadramento como veículo jornalístico local ou regional exigirá produção própria, regular e verificável, comprovada por histórico mínimo de 90 (noventa) dias anteriores ao pedido.

§ 1º A regularidade será aferida de acordo com a periodicidade declarada e efetivamente observada, inclusive em publicações semanais, quinzenais, mensais ou especializadas, sem exigência geral de publicação em todos os dias úteis.

§ 2º A comprovação poderá utilizar acervo digital, exemplares impressos, gravações, expediente e amostras que demonstrem autoria e apuração, sem exposição de fontes protegidas.

§ 3º A simples reprodução de comunicados, releases ou conteúdo de terceiros não comprovará, isoladamente, produção jornalística própria.

§ 4º Veículo com menos de 90 (noventa) dias poderá ser avaliado em ação específica, mediante critérios prévios e justificação da pertinência de sua participação, sem dispensa de identificação, atividade efetiva e comprovação de entrega.

Art. 12. Os veículos jornalísticos manterão expediente acessível, no próprio meio ou em página institucional vinculada, com identificação: I - da pessoa jurídica ou entidade mantenedora e de seu CNPJ, quando existente;

II - dos proprietários ou controladores, em nível suficiente para conhecer a estrutura de propriedade e verificar as hipóteses constitucionais de concentração;

III - do responsável editorial e do canal de contato profissional;

IV - dos conteúdos publicitários ou patrocinados.

§ 1º Não se exigirá divulgação pública de CPF, endereço residencial, dados de fontes ou outras informações pessoais desnecessárias à finalidade da identificação.

§ 2º Para os demais meios e participantes, serão exigidas identificação do responsável, transparência da publicidade e informações de propriedade ou controle pertinentes à contratação, sem imposição de expediente jornalístico a quem não exerça essa atividade.

Art. 13. Além dos requisitos obrigatórios, a habilitação na categoria de veículo jornalístico observará o atendimento de, no mínimo, 8 (oito) dos seguintes 12 (doze) indicadores, comprovados por informações públicas e verificáveis:

I - expediente com identificação editorial;

II - identificação da propriedade ou estrutura de controle;

III - diretrizes editoriais públicas;

IV - procedimento público para solicitação e publicação de correções;

V - canal de contato e recebimento de manifestações do público;

VI - informação sobre categorias de financiamento, preservados dados protegidos e segredos comerciais legítimos;

VII - identificação de publicidade e conteúdo patrocinado;

VIII - identificação de autoria ou responsabilidade pelos conteúdos, ressalvadas situações justificadas de segurança ou proteção da fonte;

IX - informação de privacidade e tratamento de dados adequada à atividade;

X - medidas de acessibilidade compatíveis com o meio e as exigências legais;

XI - informação sobre utilização ou não de inteligência artificial na produção e sobre a responsabilidade editorial;

XII - descrição dos procedimentos de apuração e verificação, sem identificação de fontes protegidas.

§ 1º As informações poderão ser sucintas e proporcionais ao porte e ao suporte do veículo, inclusive em página única, expediente impresso ou página institucional vinculada.

§ 2º O atendimento será comprovado diretamente, sem obrigação de contratar auditoria, consultoria, selo ou certificação privada. Página 6 § 3º A pontuação não dispensa os requisitos obrigatórios desta Lei nem as obrigações de privacidade, acessibilidade e identificação de publicidade previstas em outras normas.

§ 4º Os indicadores não serão utilizados para avaliar orientação ideológica, aprovar conteúdo editorial ou exigir concordância com políticas governamentais.

Art. 14 A atuação local ou regional será comprovada pela atividade efetiva em Alagoas, mediante documentos e elementos convergentes sobre operação, produção, equipe ou colaboradores, cobertura continuada e atendimento ao público.

§ 1º Será admitida sede própria, locada ou compartilhada, inclusive coworking com uso efetivo e regular, bem como organização de trabalho remoto, desde que comprovada operação real vinculada ao Estado.

§ 2º Endereço exclusivamente fiscal, caixa postal ou escritório virtual, sem outros elementos de atividade efetiva, não serão suficientes para comprovar atuação local.

§ 3º A verificação respeitará a privacidade e a inviolabilidade do domicílio, não se exigindo exposição pública de endereço residencial.

Art. 15. A comprovação de circulação, audiência, alcance e entrega utilizará elementos verificáveis adequados ao meio, admitidos relatórios de plataformas, registros de transmissão, distribuição comprovada e outras evidências idôneas.

§ 1º Para sites jornalísticos, será adotado como referência o histórico auditável de 180 (cento e oitenta) dias, por ferramenta de mensuração digital, sem exigência de fornecedor determinado.

§ 2º Poderão ser aceitos históricos equivalentes e períodos menores, desde que identificada a limitação e demonstrada a aptidão para o objeto, especialmente em casos de criação recente, migração tecnológica, falha comprovada ou indisponibilidade de ferramenta.

§ 3º Interrupção de plataforma de terceiro ou suspensão de perfil não inabilitará automaticamente outros canais do mesmo veículo que mantenham atividade e capacidade de entrega.

§ 4º A Administração utilizará os meios de verificação já disponíveis; este artigo não impõe a contratação de instituto, auditoria ou sistema de mensuração.

Art. 16. Em campanhas digitais de amplo alcance, o planejamento poderá adotar referência de 10.000 (dez mil) usuários únicos mensais, aferida preferencialmente pela média dos três meses anteriores, ou métrica equivalente compatível com o meio.

§ 1º A utilização da referência dependerá de justificativa e não constituirá requisito geral de cadastro ou barreira automática em campanhas locais, regionais, comunitárias, temáticas ou segmentadas.

§ 2º Seguidores, curtidas e visualizações acumuladas não substituirão, isoladamente, a comprovação de audiência pertinente e de capacidade de entrega.

§ 3º Não serão exigidas métricas de site de participantes cuja atividade se desenvolva legitimamente em outro suporte, assegurada verificação equivalente.

Art. 17. Serão desconsiderados os resultados demonstradamente decorrentes de acessos inválidos, manipulação de audiência, compra de seguidores ou outras práticas artificiais destinadas a inflar métricas.

§ 1º A decisão indicará os elementos técnicos da irregularidade e assegurará manifestação prévia, ressalvada medida cautelar motivada nos termos da legislação aplicável.

§ 2º Oscilações orgânicas, viralização, mudanças de plataforma ou incidentes técnicos não caracterizarão fraude por presunção.

§ 3º A verificação utilizará dados necessários e proporcionais, preferencialmente agregados, sem exigir senhas pessoais, dados identificáveis do público ou informações protegidas pelo sigilo de fonte.

CAPÍTULO V - PLANO DE MÍDIA E LIMITES CONSTITUCIONAIS

Art. 18. O plano de mídia registrará objetivo, público, período, cobertura territorial, meios e veículos considerados, critérios, estimativas de alcance, valores e justificativas das escolhas e das exclusões relevantes.

§ 1º O detalhamento será proporcional à campanha e integrará o processo administrativo já utilizado para a contratação ou execução.

§ 2º Alterações relevantes de distribuição serão registradas e motivadas, inclusive quando decorrentes de restrição orçamentária, indisponibilidade de meio ou desempenho insuficiente demonstrado.

Art. 19. A aplicação de recursos respeitará integralmente o limite de 5% (cinco por cento) previsto no art. 212, § 3º, da Constituição do Estado de Alagoas, nos exatos termos de seu âmbito material, destinatários, base de cálculo e exercício financeiro.

§ 1º A aferição considerará as relações empresariais e societárias abrangidas pelo dispositivo constitucional, inclusive quando houver intermediação por agência ou utilização de diferentes nomes comerciais.

§ 2º O fracionamento de contratações, campanhas, unidades administrativas, marcas ou canais não poderá ser utilizado para afastar o limite constitucional.

§ 3º O acompanhamento será feito pelos registros administrativos, orçamentários e financeiros existentes, sem substituir a apuração constitucional por percentuais de campanha isolada e sem ampliar, reduzir ou redefinir sua base de cálculo por regulamento.

§ 4º Nenhuma justificativa de audiência, segmentação ou economicidade autoriza o descumprimento do limite constitucional.

Art. 20. O pagamento dependerá da comprovação da entrega e do atendimento das condições legais e contratuais.

§ 1º Havendo entrega inferior à contratada, serão observadas a medição e a proporcionalidade cabíveis, a eventual compensação regularmente ajustada e as demais consequências previstas no contrato e na legislação.

§ 2º A identificação do valor devido ao veículo e da remuneração da agência observará o regime federal aplicável, vedadas retenções ou exigências estranhas ao ajuste.

§ 3º O cumprimento desta Lei não afasta empenho prévio, liquidação regular, programação financeira, ordem de pagamento e demais exigências da execução orçamentária.

CAPÍTULO VI - TRANSPARÊNCIA E GARANTIAS ADMINISTRATIVAS

Art. 21. As informações de execução serão divulgadas nos portais públicos já existentes, em formato aberto e pesquisável, até o último dia útil do mês subsequente à veiculação, sem prejuízo dos prazos legais mais restritivos.

§ 1º Serão identificados órgão anunciante, campanha, agência ou intermediário, beneficiário, CNPJ quando existente, meio, município ou região, período, formato, quantidade, valor bruto, descontos, valor líquido e entrega comprovada.

§ 2º A divulgação alcançará conteúdo patrocinado e veiculação em influenciadores, canais digitais e plataformas, ainda que contratados por terceiros, nos limites da informação disponível e dos deveres legais de identificação.

§ 3º Informações legalmente protegidas serão resguardadas, sem ocultação do objeto, do beneficiário identificável e do valor da despesa pública.

§ 4º Serão utilizados os registros e os recursos tecnológicos disponíveis, sem obrigatoriedade de criação ou aquisição de plataforma, software, banco de dados autônomo ou serviço específico.

§ 5º acesso à informação, proteção de dados e sigilos legalmente protegidos.

Art. 22. Os dados anuais de distribuição serão consolidados a partir dos registros existentes e disponibilizados nos meios e relatórios de gestão já utilizados, discriminando valores por órgão, meio, região, veículo e grupo econômico, de modo a permitir o acompanhamento do art. 212, § 3º, da Constituição estadual.

Parágrafo único. A consolidação não constitui nova prestação de contas autônoma nem exige contratação de pessoal, desenvolvimento de sistema ou criação de unidade administrativa.

Art. 23. Os interessados terão acesso aos critérios e aos elementos de decisão que lhes digam respeito, ressalvados dados protegidos, e poderão apresentar esclarecimentos, sanar falhas formais sanáveis e requerer reconsideração ou recurso, conforme a legislação de processo administrativo aplicável.

§ 1º A inabilitação, o descredenciamento e a aplicação de sanção dependerão de motivação e das garantias do contraditório e da ampla defesa, sem prejuízo das medidas cautelares legalmente admitidas.

§ 2º As decisões indicarão os requisitos não atendidos e os elementos de fato e de direito que as sustentem, vedada a utilização de justificativa exclusivamente genérica.

§ 3º A impugnação administrativa não constitui infração nem poderá fundamentar retaliação contra o interessado.

CAPÍTULO VII - EMISSORAS COMUNITÁRIAS E EDUCATIVAS

Art. 24. Quando houver ação de apoio cultural regularmente autorizada e compatível com sua natureza, serão consideradas as emissoras comunitárias legalmente habilitadas, respeitados o regime federal do serviço, a validade da outorga e os limites territoriais aplicáveis.

§ 1º O apoio observará as condições relativas ao estabelecimento apoiador e à comunidade atendida, quando exigidas pela legislação federal.

§ 2º Este artigo não autoriza publicidade comercial, arrendamento de horários ou prática vedada ao serviço de radiodifusão comunitária.

Art. 25. O apoio cultural a emissoras educativas observará o regime federal aplicável à entidade e ao serviço e será vinculado a programas, projetos, eventos ou atividades compatíveis com a finalidade educativa e cultural.

Parágrafo único. Serão vedadas promoção pessoal, interferência editorial e comercialização de intervalos ou publicidade proibidas pelo regime aplicável, sem extensão automática de disciplina específica de uma categoria de entidade a outra.

Art. 26. A seleção e a execução de apoio cultural observarão critérios prévios, públicos, objetivos e impessoais, compatíveis com o objeto e com os recursos efetivamente autorizados.

§ 1º O instrumento jurídico adequado indicará objeto, dotação e recursos disponíveis, participantes elegíveis, entregas, cronograma, critérios de escolha e meios de comprovação, nos termos da legislação pertinente.

§ 2º A decisão de não incluir emissora cuja aptidão e pertinência tenham sido demonstradas será motivada no processo da ação existente.

§ 3º Esta Lei não cria edital obrigatório, linha de fomento, subvenção, reserva de orçamento ou obrigação de realizar apoio cultural, nem substitui os requisitos legais de cada instrumento.

CAPÍTULO VIII - CONTROLE E SALVAGUARDAS ORÇAMENTÁRIAS

Art. 27 Os documentos da execução permanecerão acessíveis aos órgãos de controle, no exercício de suas competências, incluindo planos de mídia, autorizações, tabelas de preços, negociações, relatórios de audiência, comprovantes de entrega e registros de pagamento.

§ 1º A fiscalização observará as competências e os procedimentos já estabelecidos em lei, sem instituição de órgão, comissão, instância sancionadora ou regime de penalidades por esta Lei.

§ 2º Os indícios de irregularidade serão encaminhados às autoridades competentes pelos meios existentes, assegurados sigilo legal e direitos dos interessados.

Art. 28. Esta Lei não cria nem amplia despesa pública obrigatória e não institui órgão, cargo, emprego, função, fundo, programa de transferência, benefício financeiro, estrutura administrativa ou nova atribuição orgânica de órgão ou entidade.

§ 1º Suas disposições incidem exclusivamente sobre a aplicação de recursos já autorizados nas leis orçamentárias e sobre atos de publicidade ou apoio cultural cuja realização seja decidida pela autoridade competente, observadas a legislação fiscal, a programação financeira e a disponibilidade efetiva de recursos.

§ 2º Não ficam instituídos valor ou percentual mínimo de investimento, vinculação de receita, obrigação de repasse, contratação ou renovação, nem abertura, suplementação ou remanejamento obrigatório de crédito orçamentário.

§ 3º Os deveres de registro, motivação, transparência e controle serão cumpridos no âmbito dos procedimentos, das competências, do pessoal e dos meios materiais e tecnológicos existentes, sem imposição de contratação adicional ou de aumento de despesa.

§ 4º A aplicação desta Lei não autoriza pagamento sem contraprestação comprovada, despesa sem cobertura orçamentária ou contratação em desacordo com a legislação federal.

CAPÍTULO IX - REGULAMENTAÇÃO E DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 29 A edição ou alteração de regulamento destinado à execução desta Lei, no que tratar dos critérios de repartição das dotações de publicidade governamental, será obrigatoriamente precedida de manifestação formal do Conselho Estadual de Comunicação Social, respeitadas suas competências constitucionais e a autonomia dos Poderes e órgãos competentes.

§ 1º As deliberações do Conselho sobre os critérios de repartição equitativa das dotações de publicidade governamental, no exercício da competência prevista no art.

212, § 2º, da Constituição estadual, serão de observância obrigatória na regulamentação, desde que compatíveis com a Constituição e a legislação aplicável.

§ 2º O processo de regulamentação conterá a proposta submetida ao Conselho, sua manifestação e a demonstração de observância das deliberações referidas no § 1º, com publicidade nos meios já existentes, ressalvadas informações legalmente protegidas.

§ 3º Alteração posterior que modifique os critérios referidos no § 1º será novamente submetida ao Conselho antes de sua edição, vedado o afastamento de suas deliberações por simples conveniência administrativa.

§ 4º Eventual incompatibilidade jurídica de deliberação será indicada em manifestação fundamentada e submetida ao Conselho para reexame, sem autorização para editar disposição contrária à Constituição ou à lei.

§ 5º A regulamentação observará as competências administrativas já estabelecidas e não poderá criar despesa obrigatória, requisito de filiação, exclusividade de fornecedor de mensuração, discriminação editorial ou restrição desproporcional à participação de veículos locais e regionais.

Art. 30. Os veículos já habilitados terão 180 (cento e oitenta) dias, contados da entrada em vigor desta Lei, para adequar as informações públicas e a comprovação dos indicadores previstos nos arts. 12 e 13.

§ 1º Durante a transição, eventuais falhas sanáveis de adequação serão objeto de orientação e oportunidade de correção, sem dispensa das obrigações legais já exigíveis.

§ 2º Os contratos vigentes conservarão suas condições, sem renovação automática ou aumento obrigatório de valores, observadas as normas constitucionais e legais imediatamente aplicáveis e a incidência desta Lei sobre os atos posteriores compatíveis com o regime do contrato.

§ 3º As disposições diretamente aplicáveis desta Lei independem de regulamentação, respeitados os atos de competência constitucional do Conselho.

Art. 31. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

SALA DAS SESSÕES DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL, em Maceió, 23 de outubro de 2026.

RONALDO MEDEIROS
Deputado Estadual

Justificativa

A presente proposição aperfeiçoa o planejamento, a distribuição e a fiscalização dos recursos públicos destinados à publicidade institucional e de utilidade pública no Estado de Alagoas. O objetivo é assegurar que a comunicação estatal alcance a população de forma eficiente, transparente, impessoal e territorialmente equilibrada.

A Constituição Federal, em seu **art. 37, § 1º**, estabelece o caráter educativo, informativo ou de orientação social da publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, vedada a promoção pessoal. A Constituição de Alagoas, em seus **arts. 211 e 212,** protege a liberdade de informação, atribui funções ao Conselho Estadual de Comunicação Social e estabelece disciplina específica para a distribuição de publicidade governamental. Em especial, o art. 212, § 3º, da Constituição estadual prevê vedação à aplicação de **mais de cinco por cento** dos recursos públicos ali definidos a uma só empresa ou grupo empresarial privado, inclusive nas hipóteses de coligação e identidade de sócios ou proprietários.

A proposta preserva esse limite e prevê transparência suficiente para seu acompanhamento, sem reinterpretar indevidamente a base de cálculo constitucional. A Lei Federal nº 12.232/2010 exige critérios técnicos na contratação de publicidade por intermédio de agências, vedando que planos de incentivo se sobreponham aos interesses do contratante.

A presente iniciativa complementa esse regime, sem modificar normas gerais de licitação ou criar procedimentos incompatíveis com a legislação federal. A proposta também corrige obstáculos desproporcionais à participação de veículos menores. Produção jornalística regular não significa necessariamente publicação diária; atuação regional efetiva não depende de sede comercial exclusiva; e audiência digital pode ser aferida por ferramentas equivalentes auditáveis. Essas medidas ampliam a pluralidade sem dispensar comprovação de atividade e entrega.

A vedação expressa de discriminação por linha editorial protege a liberdade de imprensa e impede que o orçamento publicitário seja utilizado como instrumento de prêmio ou retaliação. A transparência mensal e o relatório anual permitem o controle social da distribuição de verbas por regiões, veículos e grupos econômicos.

Por fim, a proposta contempla apoio cultural a emissoras comunitárias e educativas, respeitando a legislação federal, a natureza de cada serviço e a disponibilidade de recursos. Não se criam cargos, órgãos, reservas de orçamento ou contratação automática. Por essas razões, solicita-se o apoio dos nobres pares à aprovação da matéria.

É a proposição.

gov.br Documento assinado digitalmente
JOSE RONALDO MEDEIROS
Data: 27/10/2026 09:49:57-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

RONALDO MEDEIROS
Deputado Estadual