

## **COMISSÃO DE DIREITOS HUMANOS E MINORIAS - CDHM**

### **PROJETO DE LEI Nº 932, DE 2015**

(Apensado: PL nº 7.060/2017)

Altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para estabelecer cota para representação de afrodescendentes na publicidade governamental.

**Autor:** Deputado RÔMULO GOUVEIA

**Relator:** Deputado PADRE JOÃO

## **I – RELATÓRIO**

O Projeto de Lei nº 932, de 2015, apresentado pelo nobre Deputado Rômulo Gouveia, altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para estabelecer cota para representação de afrodescendentes na publicidade governamental.

A proposta em tela pretende assegurar a presença nas peças publicitárias governamentais de modelos de origem afrodescendentes, de acordo com a representação racial étnica da sociedade brasileira aferida pelo Censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, com a obrigatoriedade da presença de ao menos um modelo de origem afrodescendente, quando tais peças contiverem mais de um modelo.

À proposição principal foi apensado o Projeto de Lei nº 7.060, de 2017, de autoria do nobre Deputado Damião Feliciano, com teor bastante

semelhante, visando assegurar a representação da diversidade étnica e de gênero existente no Brasil nas peças publicitárias contratadas pelo Poder Público.

A matéria foi distribuída para as Comissões de Direitos Humanos e Minorias, de Trabalho, de Administração e Serviço Público e de Finanças e Tributação, para análise e apreciação de mérito, e para as Comissões de Finanças e Tributação e de Constituição e Justiça e de Cidadania, para análise quanto aos pressupostos de admissibilidade relativos àquelas Comissões. Nesta Comissão de Direitos Humanos e Minorias, foi aberto o prazo de cinco sessões para a apresentação de emendas à matéria. Esgotado o prazo, não foram apresentadas emendas. O Projeto de Lei principal chegou a receber parecer favorável nesta Comissão, da lavra do nobre Deputado Orlando Silva, com o qual concordamos e pedimos vênica para a sua reapresentação, com alguns poucos ajustes.

Cabe, regimentalmente, a esta Comissão manifestar-se sobre os projetos de lei em epígrafe, sob a ótica do que prescreve o inciso VIII do artigo 32 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

## **II - VOTO DO RELATOR**

Nosso País é caracterizado pela multiplicidade de etnias, com harmoniosa convivência entre elas. No entanto, as oportunidades para todos nas mais diversas atividades da vida em sociedade ainda não obedecem à proporcionalidade das diversas etnias que compõem a sociedade brasileira. Nesse contexto, a comunicação social é ferramenta fundamental não só para a construção da identidade cultural de países e povos, como também para o reforço de discursos, posturas e práticas construídos com a ajuda dos diversos veículos de comunicação. Sendo mais específico nos tipos de conteúdos veiculados na televisão, a publicidade comercial também possui papel preponderante nessa

construção da identidade, criando tendências e indicando produtos e serviços a serem consumidos por todos os membros que compõem a massa de telespectadores.

O Censo realizado pelo IBGE em 2010 aponta para mais da metade da população sendo composta por negros ou pardos. No entanto, levantamentos recentes ainda registram que mais de noventa por cento das mulheres que protagonizam publicidade em revistas são brancas. Este desequilíbrio é indicativo de que as políticas de promoção da igualdade racial ainda não alcançaram o objetivo de equalizar oportunidades para as demais etnias. Ademais, esta realidade indica que a população não branca não é corretamente representada e, pior, endereçada com produtos e serviços para atender às suas necessidades específicas.

Por esses motivos, entendemos que a segregação racial no Brasil é reforçada com a desigualdade presente na publicidade. A intenção do projeto de lei em tela é exatamente o resgate do princípio da igualdade de oportunidades para todos, ao menos na publicidade governamental. A Lei nº 12.232, de 2010, que regula a contratação da publicidade oficial, não possui dispositivos para a garantia deste princípio, o que acaba por reforçar, também no âmbito da contratação do governo, a segregação racial, em total falta de sintonia com as demais políticas públicas de valorização da igualdade.

A própria Lei nº 11.652, de 2008, que criou a Empresa Brasil de Comunicação – EBC, órgão de radiodifusão do sistema público de radiodifusão que produz o canal TV Brasil, estabelece em seu artigo 2º, inciso VI, o princípio da não discriminação étnica, dentre outras. No entanto, a publicidade contratada pelo governo ainda carece de tal obrigatoriedade.

Consideramos extremamente meritória e oportuna a proposição oferecida à apreciação pelo nobre Deputado Rômulo Gouveia. A importante contribuição de Sua Excelência merece nosso acolhimento, uma vez que entendemos que a desejada promoção da igualdade racial passa pela grande influência que os meios de comunicação exercem sobre nossa população. Como política pública, a proposta de obrigatoriedade de equilíbrio étnico na propaganda governamental certamente contribuirá para uma convivência mais respeitosa e integrada de todos os cidadãos.

Com relação ao projeto apenso, entendemos que seu foco maior já está contido na proposição principal. As questões adicionais, relativas ao gênero, devem ser adequadas a cada peça publicitária em si e ficariam demasiadamente engessadas se colocadas no regramento legal. Uma propaganda de artigo ou serviço voltados majoritariamente ao público masculino, por exemplo, pode eventualmente ser apresentada de uma maneira mais conveniente por pessoas deste gênero, a juízo dos produtores da peça publicitária. Neste sentido, acolhemos a questão da representação racial étnica, na forma da proposição principal.

Por todo o exposto, votamos pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 932, de 2015, e pela REJEIÇÃO do projeto apensado, o Projeto de Lei nº 7.060, de 2017.

Sala da Comissão, em 05 de abril de 2018.



**Deputado Federal PADRE JOÃO (PT/MG)**

Relator