

COMISSÃO DE DEFESA DOS DIREITOS DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

REQUERIMENTO nº ____/2019

(Do Sr. VINÍCIUS FARAH)

Requer a realização de Audiência Pública, para discutir e trazer mais esclarecimentos acerca do projeto de lei n. 6190/2016- *“Dispõe sobre a valorização e o empoderamento das pessoas com deficiência nas peças publicitárias de órgãos da Administração Pública direta e indireta”*

Senhor Presidente,

Nos termos do art. 255 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, requeiro a Vossa Excelência se digne a adotar as providências necessárias para realização de Audiência Pública, para discutir e trazer mais esclarecimentos acerca do projeto de lei n. 6190/2016, Dispõe sobre a valorização e o empoderamento das pessoas com deficiência nas peças publicitárias de órgãos da Administração Pública direta e indireta.

JUSTIFICATIVA

Tal proposta dispõe sobre a valorização e o empoderamento das pessoas com deficiência nas peças publicitárias de órgãos da Administração Pública Direta e Indireta e prevê a contratação de pelo menos cinco por cento de pessoas com deficiência nas peças, conforme descrito no artigo 1º desse projeto de lei in verbis:

Art. 1º. Nas peças publicitárias realizadas pelos órgãos da Administração Pública Direta e Indireta, em que for necessária a exposição de pessoas, será exigida a contratação de, pelo menos, *cinco por cento de pessoas com deficiência*.

§ 2º Nas peças publicitárias e/ou propagandas a que se refere o caput deste artigo a deficiência da pessoa *deve ser aparente*.

Nesse diapasão, é necessário uma discussão profunda acerca do **percentual** e o que deva ser “**deficiência aparente**”. Todos os órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM, observam as diretrizes para a comunicação de governo, estabelecidas no Art. 2º do Decreto 6.555/2008. Tais diretrizes reúnem os princípios fundamentais que visam resguardar o caráter público da comunicação do Governo, considerando a natureza específica e características de cada ferramenta de comunicação. No caso das ações de publicidade, todos os elementos (conteúdo das mensagens, tom do discurso, imagem e demais manifestações visuais) devem apresentar aderência com o perfil do público-alvo de cada ação, de forma a promover identificação, reconhecimento, assimilação, compreensão e lembrança das mensagens divulgadas.

Para tal, solicitamos convidar as autoridades abaixo relacionadas :

- 1) Representante da Diretoria de Marketing do Banco do Brasil;
 - 2) Representante da Diretoria de Marketing da Caixa Econômica Federal;
 - 3) Representante da Secretaria de Comunicação do Governo Federal – SECOM;
- e demais convidados que assim faça necessário por esta Comissão.

Nesse sentido rogo seja aprovado esse requerimento para aprofundarmos mais sobre a situação dos Portos no Brasil.

Sala das Sessões 23 de abril de 2019.

VINÍCIUS FARAH

Deputado Federal MDB - RJ