

COMISSÃO DE DEFESA DOS DIREITOS DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Requerimento de Aditamento nº _____/2019

(Do Sr. Vinícius Farah)

Requer o Aditamento à realização de Audiência Pública, para discutir e trazer mais esclarecimentos acerca do projeto de lei nº 6190/2016- "Dispõe sobre a valorização e o empoderamento das pessoas com deficiência nas peças publicitárias de órgãos da Administração Pública direta e indireta" - CPD.

Senhor Presidente,

Em aditamento ao Requerimento Nº 18/2019, e nos termos do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, requeremos a Vossa Excelênci que sejam convidadas também a FASHION INCLUSIVO e a GADIM – ALIANÇA GLOBAL PARA INCLUSÃO DA DEFICIÊNCIA NA MÍDIA E NO ENTRETENIMENTO, a fim de tornarmos o debate mais democrático.

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.

Sala das Sessões 07 de maio de 2019

VINÍCIUS FARAH

Deputado Federal MDB-RJ