

Secretaria de Governo
Presidência da República
Secretaria Especial de Comunicação Social
Secretaria de Publicidade e Promoção

PROJETO DE LEI

**VALORIZAÇÃO E
EMPODERAMENTO
DAS PESSOAS COM
DEFICIÊNCIA NA
PUBLICIDADE
GOVERNAMENTAL**



**COMUNICAÇÃO
PUBLICITÁRIA**

*Forma não pessoal e indireta de **divulgação de informações e de difusão de ideias**, por meio de ações de comunicação de mídia e não-mídia, desenvolvidas e **custeadas por anunciante do Poder Executivo Federal**.*

- ✓ A comunicação publicitária **envolve a divulgação de uma temática específica para determinado público.**
- ✓ A Publicidade é a ferramenta de comunicação que **envolve o maior volume de recursos públicos.**
- ✓ É preciso **buscar a eficácia da ação de publicidade quanto ao atingimento dos objetivos** de comunicação estabelecidos.
- ✓ É preciso **evitar a dispersão de entendimento das mensagens**, dados os tempos e espaços publicitários exíguos e o volume de mensagens que concorrem pela atenção do cidadão.

Todos elementos de uma peça publicitária devem estar **alinhados e coerentes com a temática divulgada e com o perfil do público-alvo da campanha**, considerando:

- ✓ o conteúdo da mensagem;
- ✓ a linguagem adotada;
- ✓ o cenário e os objetos - locação de filmes e fotos;
- ✓ os personagens – *casting*;
- ✓ o figurino – vestimenta de personagens;
- ✓ a trilha sonora – música de fundo;
- ✓ o áudio – voz de locução *off*.

- ✓ Não obstante o mérito dos objetivos do Projeto de Lei, a exigência proposta **mostra-se tecnicamente inadequada**, podendo **prejudicar a eficácia da ação publicitária** e caracterizar o **uso inadequado de recursos públicos**.
- ✓ A garantia da igualdade das pessoas com deficiência **envolve áreas de atuação mais relevantes** para sua inserção efetiva nas políticas públicas, tais como: saúde; educação; esporte; cultura; infraestrutura; habitação; e trabalho.
- ✓ A ferramenta de comunicação deve ser utilizada para **divulgação de ações concretas** do Poder Executivo Federal **na garantia da inclusão das pessoas com deficiência**.
- ✓ O **caráter obrigatório** da inclusão na comunicação acaba **realçando a discriminação**, não trazendo solução efetiva.

- ✓ A SECOM já tem desenvolvido **campanhas publicitárias** vinculadas à questão da **inclusão de pessoas com deficiência**.
- ✓ Encontra-se em aprovação **Instrução Normativa específica relativa à acessibilidade da pessoa com deficiência** auditiva e visual na publicidade e nos pronunciamentos oficiais do Poder Executivo Federal.
- ✓ Os órgãos e entidades do Poder Executivo Federal já buscam contemplar nas peças publicitárias de suas campanhas **representantes dos diferentes perfis de brasileiros, dentre eles a pessoa com deficiência**, respeitados os objetivos e as temáticas de cada ação.



Glen Lopes Valente
Secretário de Publicidade e
Promoção – SPP
Secretaria Especial de
Comunicação Social –
SECOM/PR

OBRIGADO