

Lei garante publicidade no ?clima? da Copa

Assunto:

JOGOS MUNDIAIS



Nem só com estádios, BRTs e hotéis se faz uma Copa do Mundo. Um evento do porte da Copa de 2014 depende também de leis. São elas que fazem a ponte entre a cidade-sede, que já existe e tem suas regras, com as normas da Fifa, responsável pela organização do evento. Nesse contexto, é importante o papel desempenhado pela Câmara Municipal de Belo Horizonte, onde tramita um projeto de lei sobre o tema. Outros dois PLs já passaram pela Casa e se transformaram em leis - uma delas acaba de ser publicada. Os PLs regulamentam a publicidade e disponibilizam servidores para trabalhar na Copa.

A Lei 10.689/13, de 27/12/2013, originária do projeto 351/13, de autoria do Executivo, dispõe sobre medidas relativas à Copa das Confederações Fifa 2013 e à Copa do Mundo Fifa 2014. A lei ajuda a organizar os eventos, subsidiando a Lei da Copa, ao definir e ajudar a regulamentar todos os componentes deles, tais como entidades organizadoras, prestadoras de serviços e parceiros comerciais da Fifa, período de competição e áreas de restrição comercial, condições de oferta e comercialização dos ingressos, entre outros elementos.

Durante sua tramitação na Câmara Municipal, a proposta recebeu cinco emendas de vereadores, sendo três delas aprovadas. Os textos, acrescentados ao projeto pelos vereadores Pedro Patrus (PT) e Arnaldo Godoy (PT), preveem a realização de campanhas de combate ao uso de drogas, violência e racismo, de conscientização acerca da incompatibilidade do consumo de bebida alcoólica com a prática de esportes e a direção veicular, e com visitas à sensibilização e à mobilização social acerca dos direitos de crianças e adolescentes, a fim de coibir violação de direitos, em especial a exploração sexual e o trabalho infantil.

A Lei 10.722/13, publicada nesta quarta-feira (29), regula a veiculação de publicidade durante a realização da Copa do Mundo e institui, ainda, a Comissão Extraordinária de Licenciamento de Publicidade para aplicar a lei. Para criar o ?clima? da Copa, as mensagens publicitárias deverão ter como temas a promoção do futebol, do País e da identidade nacional. A instalação de ?engenhos de publicidade? em espaços públicos será feita por outorga onerosa, e observando certas diretrizes, como garantia de livre acesso à estrutura urbana e priorização da sinalização pública. A proposta teve

origem no PL 774/13, de autoria do Executivo.

?De acordo com a proposta, entre 12 de março e 13 de agosto de 2014, ficam abertas novas oportunidades para a veiculação de publicidade exterior no Município destinadas ao fomento da atmosfera festiva do evento e à captação de recursos para o financiamento das ações sob a responsabilidade o Município no âmbito da realização da Copa do Mundo de 2014?, afirmou o prefeito Marcio Lacerda, na justificativa do projeto.

A proposta foi modificada por emenda de autoria do vereador Iran Barbosa (PMDB) que prevê a participação de três representantes da Câmara Municipal na Comissão Extraordinária de Licenciamento de Publicidade. No entanto, a emenda foi vetada pelo prefeito, que argumentou que o exercício de atividade tipicamente administrativa - a participação no procedimento de licenciamento de engenhos de publicidade - é reservada ao Executivo. O veto ainda será analisado pela Câmara Municipal, que poderá derrubá-lo ou mantê-lo.

Servidor

Já o projeto de lei 232/13, em 1º turno, de autoria do vereador Joel Moreira Filho (PTC), autoriza o Executivo a disponibilizar até 1% dos servidores efetivos municipais para trabalhar junto ao órgão responsável pela organização da Copa do Mundo. ?Belo Horizonte está entre as 12 cidades que sediarão a Copa do Mundo 2014, responsabilidade grande da Prefeitura, tendo em vista a necessidade de um maior número possível de pessoas para trabalhar?, alegou o parlamentar.

Superintendência de Comunicação Institucional

Data publicação:

Terça-Feira, 28 Janeiro, 2014 - 00:00
