

## **PROJETO DE LEI Nº \_\_\_\_\_, DE 2016**

**(Da Sra. ERIKA KOKAY)**

Dispõe sobre a publicidade de cunho misógino, sexista ou estimuladora de agressão ou violência sexual.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece a vedação à publicidade de cunho misógino, sexista ou estimuladora de agressão ou violência sexual, bem como as sanções aplicáveis em caso de descumprimento desta vedação.

Art. 2º A publicidade veiculada por qualquer meio de comunicação impresso, eletrônico ou audiovisual não poderá:

I – expor, divulgar ou estimular a violência sexual, o estupro e a violência contra a mulher;

II – fomentar a misoginia e o sexismo.

Art. 3º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, as seguintes sanções:

I – advertência;

II – suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do mesmo produto ou serviço, por prazo de até trinta dias;

III – multa, de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator.

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com a especificidade do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a divulgação da peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.

§ 4º O Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

## **JUSTIFICAÇÃO**

A violência de gênero contra a mulher é uma realidade antiga. Apesar das diversas transformações comportamentais e de pensamento sofridas pela humanidade ao longo da história, a visão da mulher como um ser submisso ao homem permanece firmemente enraizada em nossa sociedade, manifestando-se repetidamente das mais diversas formas. Essa visão é muito conveniente para justificar socialmente o cometimento sistemático de agressões físicas e psicológicas contra as cidadãs brasileiras, seja a violência sexual nas suas mais diversas formas, como o estupro, o assédio moral, a discriminação no mercado de trabalho, a violência doméstica, entre muitas outras.

Frente a essa realidade, a luta pela igualdade de gênero tem sido uma bandeira inconteste no universo feminino. Um dos eventos recentes de escopo global mais importantes nesse mote foi a Quarta Conferência Mundial Sobre as Mulheres, sediada em Pequim no ano de 1995. Como resultado dos trabalhos realizados naquela conferência, foi elaborada a Declaração e Plataforma de Ação da IV Conferência Mundial Sobre a Mulher, endossada por representantes de 189 governos em todo o mundo, inclusive do Brasil. Dentre os compromissos assumidos pelos governos signatários da

declaração, constam, entre muitos outros, os de *“despertar consciência da responsabilidade dos meios de comunicação na promoção de imagens não estereotipadas de mulheres e homens e na eliminação de padrões de conduta geradores de violência, assim como estimular os responsáveis pelo conteúdo do material difundido pela mídia a estabelecer diretrizes e códigos de conduta profissionais; e despertar também consciência da importante função dos meios de comunicação no seu papel de informar e educar a população acerca das causas e dos efeitos da violência contra a mulher bem como de estimular o debate público sobre a matéria”*.

O trecho acima transcrito permite aduzir que, na visão dos conferencistas do quarto fórum de Pequim, a mídia constitui elemento de grande importância na construção da imagem da mulher perante a sociedade. Realmente, a influência da mídia na formação tanto do caráter quanto da forma de pensar e agir dos cidadãos é inquestionável, motivo pelo qual concordamos integralmente com a importância das disposições acima elencadas.

Fato é que, ainda nos dias de hoje, é rotineiro o emprego da imagem feminina na publicidade como objeto prontamente disponível para a satisfação dos desejos masculinos. Essa realidade é muito nítida no caso de propaganda de cervejas, comumente tido como um produto de interesse predominantemente masculino, mas por vezes se manifesta também na publicidade de muitos outros produtos, às vezes sutilmente e outras vezes nem tão sutilmente assim.

Entendemos que, apesar de todas as dificuldades e percalços, a civilização moderna caminha para uma evolução na percepção do papel da mulher na sociedade, marchando, ainda que a passos lentos, na direção de consolidação da cultura de igualdade de gênero. Nesse contexto, o papel da publicidade se mostra por vezes contraproducente, ao passo que promove a perpetuação de elementos historicamente arraigados do machismo em nossa sociedade, atuando na direção contrária ao da tão almejada igualdade.

Ante o exposto, fica clara a utilidade de se estabelecer um marco legal para controlar o uso das ferramentas de publicidade na propagação de ideias e conceitos danosos à figura feminina. É com esse objetivo que oferecemos o presente Projeto de Lei. A proposição que apresentamos visa proibir a veiculação de publicidade, em qualquer meio, que

contribua para expor, divulgar ou estimular a violência sexual, o estupro, a violência contra a mulher, ou ainda que colabore para fomentar a misoginia e o sexismo. Ademais, estabelece as penalidades a que estarão sujeitos os infratores das determinações que contém. Por fim, delega ao Poder Executivo a competência de estabelecer, na forma da regulamentação, os órgãos responsáveis pelo acompanhamento do cumprimento dessas determinações.

Certos de que com essa proposição atenderemos ao interesse público e possibilitaremos a proteção da mulher em nossa sociedade, conclamo os nobres Pares para a aprovação da medida.

Sala das Sessões, em                    de                    de 2016.

Deputada ERIKA KOKAY

2016\_13682.docx