



PROJETO DE LEI

PL./0040.9/2018



Lido no Expediente
08ª Sessão de 27/02/18
As Comissões de:
(5) Justiça
(11) Finanças
(23) Direitos Humanos
Secretário

Estabelece multa a qualquer veiculação publicitária misógina, sexista ou estimuladora de agressão e violência sexual contra a mulher no âmbito do estado de Santa Catarina.

Art. 1º Toda empresa, com sede no Estado de Santa Catarina, que contratar a veiculação de publicidade de caráter misógino, sexista ou que estimule a violência contra a mulher através de outdoor, folhetos, cartazes, por meio de rádio, televisão ou redes sociais poderá ser multada.

Art. 2º Estará caracterizada a publicidade aludida no artigo 1º, quando for feito o uso de propaganda que contenha imagem, frase, áudio que faça alusão a(o):

I - exposição, divulgação ou estímulo a violência sexual, o estupro e a violência contra mulher;

II- fomento à misoginia e ao sexismo.

Art. 3º As multas, serão aplicadas, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, de acordo com o tipo de veículo de mídia usado:

I – no caso do uso de cartazes, folhetos, jornais e demais veículos impressos será aplicada multa no valor de R\$ 2 (dois mil reais) por infração, dobrada a cada reincidência, a qual será reajustada, anualmente, com base na variação do Índice Geral de Preços do Mercado (IGP-M/FGV), ou por índice que vier a substituí-lo.

II – no caso da utilização de rádios e outros meios sonoros será aplicada multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) por infração, dobrada a cada reincidência, a qual será reajustada, anualmente, com base na variação do Índice Geral de Preços do Mercado (IGP-M/FGV), ou por índice que vier a substituí-lo.

III – no caso de propaganda por meio de televisão será aplicada multa no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por infração, dobrada a cada reincidência, a qual será reajustada, anualmente, com base na variação do Índice Geral de Preços do Mercado (IGP-M/FGV), ou por índice que vier a substituí-lo.

IV – no caso de veiculação através de mídias sociais será aplicada multa no valor de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) por infração, dobrada a cada reincidência, a qual será reajustada, anualmente, com base na variação do Índice Geral de Preços do Mercado (IGP-M/FGV), ou por índice que vier a substituí-lo.

§ 1º A multa será aplicada por cada meio de comunicação utilizado, devendo-se somar os valores no caso de propaganda veiculada através de mais de um tipo de mídia.



§ 2º Além da multa, poderá haver adoção de medidas visando à suspensão da veiculação da propaganda.

Art. 4º As despesas com a execução da presente Lei correrão por conta das verbas próprias consignadas no orçamento.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala das Sessões,


Deputado **CESAR VALDUGA**





JUSTIFICATIVA

Apresento a esta Casa Legislativa o presente projeto de lei que tem por escopo estabelecer sanções pecuniárias às empresas que contratarem a veiculação de publicidade de caráter misógino, sexista ou que estimule a violência contra a mulher nos meios de comunicação impresso, eletrônico ou audiovisual.

A publicidade é uma poderosa força de persuasão que modela atitudes e comportamentos no mundo contemporâneo, influenciando profundamente as pessoas e a sua maneira de compreender a vida, o mundo e a sua própria existência, sobretudo no que se refere às suas motivações, aos seus critérios de escolha e de comportamento.

Embora seja um instrumento válido e ético de comunicação social, muitas vezes é usado como método de persuasão e de motivação para convencer as pessoas a agir de uma determinada maneira, ou seja, o de ser utilizada de forma positiva ou negativa, conforme a intenção e a índole de quem a veicula. Enfim, existe a boa e a má publicidade.

Infelizmente o emprego da imagem feminina como objeto prontamente disponível para a satisfação dos desejos masculinos é uma prática largamente explorada pelo mercado publicitário. Essa conduta contraria os avanços da civilização moderna, no que diz respeito à consolidação da cultura de igualdade de gênero, ao perpetuar a reverberação de valores fortemente arraigados ao machismo.

A figura feminina por diversas vezes foi utilizada pela mídia em analogia à submissão, trazendo a ideia machista de que "o lugar da mulher é na cozinha". Desde os primórdios, as mulheres são retratadas pela publicidade em propaganda de produtos de limpeza. Porém, com o passar do tempo, a modernidade trouxe novos reflexos da mudança de comportamento, passando a representar a mulher como produto de consumo, ou seja, a mulher passou a ser vista como um produto a ser consumido. Assim, através dela, as propagandas fazem alusões ao erotismo em busca do consumo pelo desejo.



Dessa forma, é possível verificar o constante uso da imagem da mulher e de seu corpo como atributo mercadológico destituído de dignidade em propagandas veiculadas na mídia, o que caracteriza o uso de sua imagem carregada de uma concepção misógina que acaba reforçando o comportamento que "coisifica" a mulher, retratando-a como objeto a ser tomado e usado, para o prazer masculino, seja de forma consensual ou não.

É imprescindível o debate do estereótipo da mulher nas mídias audiovisuais e nas redes sociais, visto que também é por meio dessas mídias que a misoginia, o machismo e o incentivo à violência contra a mulher, em especial, a sexual, se dispersa na sociedade. A mulher é estereotipada como sendo submissa, ignorante, fraca, objeto de consumo, entre outros adjetivos agressivos, o que por sua vez influencia no modo com que a sociedade trata as mulheres em seu dia a dia.

Nesse contexto, é imperioso destacar o julgamento da apelação nº 0005431-07.2010.8.26.0053, no qual a AMBEV foi condenada ao pagamento de multa pela veiculação de propaganda intitulada "Musa do Verão" de cunho sexista e misógino, *in verbis*:

AÇÃO ORDINÁRIA – Mensagem publicitária televisiva, produzida pela AMBEV, no contexto de campanha intitulada "Musa do Verão", veiculada no ano de 2006 – Autuação lavrada pelo PROCON/SP, com base na regra do art. 37, § 2º, do CDC, à vista do caráter abusivo da mensagem publicitária – "Coisificação" da mulher caracterizada, porquanto a peça publicitária mostra "clones" da musa do verão, representada por conhecida personagem da mídia, sendo entregues, em carrinhos, por homens para homens, supostamente também consumidores da cerveja – Liberdade de criação que não se concilia com mensagem que discrimina o gênero feminino, tratando a mulher como objeto de consumo – Procedimento de autuação e imposição de multa que se mostra em conformidade com os parâmetros estabelecidos no artigo 57 da LF nº 8.078/90, tratando apenas a Portaria 23/2005, editada pelo PROCON, de aplicá-los – Valor da multa que se revela em conformidade com a norma do art. 57 da LF nº 8.078/90 – Regra do art. 111 da Constituição do Estado que se viu observada – Reforma da sentença – Recurso provido. (TJSP - Relator(a): Luiz Sergio



Fernandes de Souza; Comarca: São Paulo; Órgão julgador: 7ª Câmara de Direito Público; Data do julgamento: 11/03/2016; Data de registro: 04/04/2016). Grifo nosso.

Da jurisprudência destacada, resta claro que a presente proposição não apresenta nenhum óbice no que tange ao aspecto constitucional, uma vez que a proposição **versa** sobre matéria de **competência legiferante concorrente** de defesa do consumidor (**art. 24, V CF**), bem como encontra amparo nos arts. 56 e 57 do Código de Defesa do Consumidor.

Ademais, frisa-se, e é importante frisar, que a presente proposição **não cria** ou **redesenha** qualquer **órgão da Administração Pública**, **nem cria deveres diversos** daqueles **genéricos já estabelecidos**, como também **não cria despesas extraordinárias**, não havendo, portanto, seguindo melhor orientação da jurisprudência do **Supremo Tribunal Federal** e do **Tribunal de Justiça de Santa Catarina** óbice de natureza constitucional, senão vejamos:

Lei 12.385/2002 do Estado de **Santa Catarina**, que cria o **programa** de assistência às pessoas portadoras da doença celíaca e altera as atribuições de secretarias estaduais. (...) A natureza das disposições concernentes a incentivos fiscais e determinação para que os supermercados e hipermercados concentrem em um mesmo local ou gôndola todos os produtos alimentícios elaborados sem a utilização de glúten não interferem na função administrativa do Poder Executivo local. A forma de apresentação dos produtos elaborados sem a utilização de glúten está relacionada com a **competência concorrente do Estado** para legislar sobre **consumo**, proteção e defesa da saúde. Art. 24, V e XII, da CR. [ADI 2.730, rel. min. Cármen Lúcia, j. 5-5-2010, P, DJE de 28-5-2010.]

Recurso extraordinário com agravo. Repercussão geral. 2. Ação Direta de Inconstitucionalidade Estadual. Lei 5.616/2013, do Município do Rio de Janeiro. Instalação de câmeras de monitoramento em escolas e cercanias. 3. Inconstitucionalidade formal. Vício de iniciativa. Competência privativa do Poder Executivo municipal. Não ocorrência. **Não usurpa a**



competência privativa do chefe do Poder Executivo lei que, embora crie despesa para a Administração Pública, não trata da sua estrutura ou da atribuição de seus órgãos nem do regime jurídico de servidores públicos. 4. Repercussão geral reconhecida com reafirmação da jurisprudência desta Corte. 5. Recurso extraordinário provido. (BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Acórdão no **ARE 878911**. Relator: MENDES, Gilmar. Publicado no DJE 11/10/2016 ATA Nº 32/2016 - DJE nº 217, divulgado em 10.10.2016. Disponível em <http://www.stf.jus.br/portal/processo/verProcessoAndamento.asp?numero=878911&classe=ARE&origem=AP&recurso=0&tipoJulgamento=M>. Acessado em 10.11.2016.) (grifou-se)

.....
Ação direta de inconstitucionalidade. Lei Municipal. **Instituição do Programa de Detecção Precoce da Deficiência Auditiva Infantil. Inconstitucionalidade formal. Aumento de despesas. Inocorrência e irrelevância. Violação à Separação dos Poderes não verificada. Possibilidade de iniciativa concorrente.** Improcedência da demanda reconhecida. A Independência dos Poderes não é absoluta a ponto de engessar o governo; daí a harmonia estabelecida no art. 2.º, da CF. **Decidiu o Supremo Tribunal Federal na ADI-MC n. 2.072/RS, que o Poder Legislativo pode editar leis que criem despesas, pois, caso contrário, não poderá ele legislar sobre a maioria das matérias.**

Regras restritivas dos Poderes devem ser interpretadas também restritivamente. O art. 63 da **Constituição Federal veda o aumento de despesas apenas em projetos de iniciativa exclusiva do Presidente da República, permitindo-o, porém, nos projetos de iniciativa concorrente.** Precedentes. (SANTA CATARINA. Tribunal de Justiça. Acórdão na ADIN 22715 SC 2007.002271-5. Relator: ABREU, Pedro Manoel. Publicado em 25.05.2011. Disponível em <http://tj-sc.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/21006137/acao-direta-de-inconstitucionalidade-adi-22715-sc-2007002271-5-tjsc/inteiro-teor-21006138>. Acessado em 10.11.2016.) (grifou-se)

Dessa feita, em observância às referidas jurisprudências citadas, do Egrégio Tribunal de Justiça de Santa Catarina e do Supremo Tribunal Federal, resta claro que está consolidado o entendimento de que: a) **parlamentares podem**, nos casos



de competência **concorrente**, **deflagrar proposições**; b) estas medidas não podem modificar a organização da Administração Pública Estadual, como criação e extinção de Secretarias e c) estas medidas podem criar despesas exceto despesas extraordinárias.

Dito isto, como é facilmente possível destacar da leitura da referida proposição, **não há criação de despesas**, **não há modificação da organização** do Poder Público Estadual. Não se determina a criação e extinção de novas secretarias, tampouco se estabelecem novas atribuições para órgãos e agentes do Poder Executivo; não se exige a contratação de servidores, nem se versa sobre regime jurídico dos servidores. Cria, tão-só, sanção pecuniária às empresas que contratarem a veiculação de publicidade de caráter misógino, sexista ou que estimule a violência contra a mulher nos meios de comunicação impresso, eletrônico ou audiovisual, cabendo ao Chefe do Poder Executivo adotar **as providências discricionárias** que lhe aprouverem quando da regulamentação das normas primárias abstratas.

É oportuno ressaltar ainda que a **função de legislar** foi atribuída, de **forma típica**, ao Poder Legislativo, o que pressupõe que a esse Poder foi conferida a possibilidade de deflagrar o processo legislativo, ressalta-se e é importante ressaltar; **exceto quando houver inequívoca e expressa previsão em sentido contrário** na própria **Constituição**.

Feitas essas observações, resta claro que as hipóteses constitucionais de **iniciativa privativa** formam um rol **taxativo**. E, mais ainda, configuram a **exceção**, devendo, portanto, ser **interpretadas** de forma **restritiva**.

É válida a clássica lição da hermenêutica, segundo a qual as **exceções devem ser interpretadas de forma restritiva** e que os casos de **iniciativa privativa** devem ser elencados em rol **taxativo** nas Cartas Federal e Estadual.

Nesse sentido, e ainda corroborando com esse entendimento, o Supremo Tribunal Federal já pacificou a jurisprudência de que:

A iniciativa reservada, por constituir matéria de direito estrito, **não se presume e nem comporta interpretação ampliada**, na medida em que, por implicar **limitação ao poder de instauração** do



processo legislativo, deve necessariamente derivar de norma constitucional explícita e inequívoca. (STF, Pleno, ADI-MC nº 724/RS, Relator Ministro Celso de Mello, DJ de 27.4.2001 (original sem grifos).

No mesmo norte, o ministro Gilmar Mendes, durante o julgamento da ADI nº 2.417/SP, advertiu que a interpretação ampliativa da reserva de poder pode aniquilar a prerrogativa de função típica do Poder Legislativo estadual conferido pela Constituição da República:

(...) uma **interpretação ampliativa** da reserva de iniciativa do Poder Executivo, no âmbito estadual, pode resultar no **esvaziamento da atividade legislativa autônoma no âmbito das unidades federativas.** (original sem grifos).

Portanto, segundo melhor interpretação do Supremo Tribunal Federal, **as hipóteses de iniciativa privativa devem ser interpretadas de forma restritiva**, não apenas no sentido de que a enumeração constitucional é taxativa, mas também – e principalmente – quanto ao seu **alcance** porque **não se deve ampliar, por via interpretativa, os efeitos de seus dispositivos, sob pena de cerceamento e aniquilamento de função típica de Poder e tendo ainda por agravante quando feito pelo próprio Poder(!).**

Convém ainda destacar o comando de observância obrigatória contido no inciso XII do art. 40 da **Constituição Estadual** que alerta ser de competência exclusiva deste Poder "**zelar pela preservação de sua competência legislativa em face da atribuição normativa dos outros Poderes**".

Dito isso, ressalta-se, que a presente iniciativa legislativa foi elaborada tendo por parâmetro o Projeto de Lei nº 1844/2016, de gênese parlamentar, de autoria da Deputada Estadual Enfermeira Rejane e subscrito por quase 40 deputados fluminenses que restou convertido na Lei n.º 7.835, de 09 de janeiro de 2018, que estabelece multa e manda retirar do ar toda e qualquer veiculação publicitária misógina, sexista ou estimuladora de agressão e violência sexual no âmbito do estado do Rio de Janeiro.



Pondera-se que a presente iniciativa não tem por objetivo impor qualquer tipo de censura aos produtores de propagandas, coibindo-lhes a criatividade, mas apenas de evitar a veiculação de propagandas que tenham por finalidade depreciar a imagem da mulher ou de estimular a prática de violência contra a mulher.

Não por acaso, a Carta da República atribuiu aos veículos de mídia a responsabilidade pelo cumprimento de princípios básicos de cidadania e dignidade humana, como o respeito a valores éticos e sociais.

Em síntese, a aprovação do projeto em análise, além de alinhar-se ao recente processo de evolução da legislação brasileira no que tange à valorização dos direitos humanos, também se coaduna com a tendência mundial de elevação da percepção do papel da mulher na sociedade contemporânea, ao combater uma conduta que atenta frontalmente contra a dignidade feminina.

Por termos a convicção que a aprovação da presente proposição irá contribuir para a redução de campanhas publicitárias que incitem a violência de gênero, solicito dos meus nobres pares a célere tramitação e aprovação da matéria.



Deputado CESAR VALDUGA