

Lei na PB prevê punição para publicidade com teor misógino ou de apologia ao estupro

Projeto que deu origem à lei mostra que justificativa foi copiada de outro projeto feito no Rio de Janeiro.

[\(G1, 27/09/2018 - acesse no site de origem\)](#)

Foi publicada nesta quinta-feira (27) uma lei estadual que prevê a penalização da veiculação de peças publicitárias com conteúdo misógino, sexista ou que estimule a violência contra a mulher em todos os meios de comunicação e de divulgação da Paraíba. A lei nº 11.205, de autoria de Nabor Wanderley (PRB), foi sancionada pelo governador Ricardo Coutinho sem vetos.

A lei especifica as peças publicitárias como exposição, divulgação ou estímulo à violência sexual ou estupro, à violência física contra as mulheres, e fomento à misoginia e ao sexismo. Ainda de acordo com o texto, o Poder Público deve aplicar a pena em caso de descumprimento.

Os veículos de comunicação que desrespeitarem a pena podem ter o Cadastro de Contribuintes do ICMS do veículo de comunicação cassado e o fim da operacionalização da mídia utilizada. A lei entrou em vigor na data da publicação no Diário Oficial do Estado da Paraíba.



JUSTIFICATIVA:

A mulher sempre 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 “Amélias” 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.

Desta 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 fluminense. A mulher é estereotipada como sendo submissa, ignorante, fraca, objeto de consumo, dentre 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

Justificativa do projeto de lei na Paraíba se refere à sociedade do Rio de Janeiro (Foto: Reprodução)

Justificativa

No projeto que deu origem à lei, o parlamentar justifica que a norma “infringe ‘perdas econômicas’ àqueles contratantes de veículos midiáticos que insistirem em levar ao público mensagens publicitárias apontadas como ofensivas contra as mulheres”. O objetivo é restringir e denunciar a publicidade misógina e sexista que não promove a equidade de gênero.

“Pretende-se com o presente projeto de lei onerar as empresas que veiculem campanhas publicitárias que incitem a violência de gênero, bem como incentivar a participação e a sensibilização da cidadania, para formação de uma sociedade fluminense que combata a violência de gênero em todas as suas nuances”, diz o projeto.

Cópia

O projeto de lei apresentado por Nabor Wanderley tem trechos na íntegra copiados de um outro projeto de lei, apresentado na Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro. A cópia foi identificada no texto da justificativa do projeto que deu origem a lei 11.205/2018 da Paraíba no trecho em que se refere às pessoas naturais do estado do Rio de Janeiro.

“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 fluminense”, consta na justificativa do texto do projeto de lei paraibano.