

01-0046/2018



CÂMARA MUNICIPAL DE  
**SÃO PAULO**

**PL - PROJETO DE LEI 46/2018 DE 20/02/2018**

Promovente:

Ver. JAIR TATTO

Ementa:

DISPÕE SOBRE A PUBLICIDADE DE CUNHO MISÓGINO, SEXISTA OU ESTIMULADORA DE AGRESSÃO OU VIOLÊNCIA SEXUAL, NO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO, E DÁ OUTAS PROVIDÊNCIAS.

Observações:

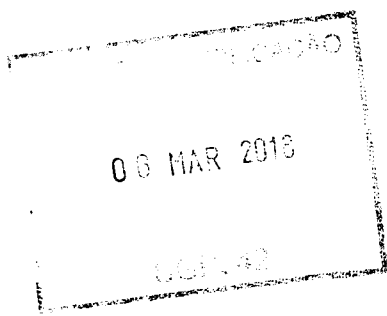


Auto nº 1-46 do proc.  
nº 46/2018  
JOSE ROBERTO WEY DE BRITO  
Técnico Administrativo

## CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

### Gabinete do Vereador Jair Tatto

PL  
PROJETO DE LEI Nº 46/2018



***“Dispõe sobre a publicidade de  
cunho misógino, sexista ou  
estimuladora de agressão ou  
violência sexual, no Município de São  
Paulo, e dá outras providências”.***

A Câmara Municipal de São Paulo 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 se 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.

CMSP - SEF. 22 - 20/02/2018 - 13:56 - 006215 - 1/1

Segue(m) juntado(s), nesta data,  
documento(s) rubricado(s) sob nº  
2 a 3 e folha de informação  
sob nº 4 . 7 , 3 , 18  
Ass: [assinatura]

José Roberto Wey de Brito  
Técnico Administrativo  
RF: 11433



1-962  
JOSE ROBERTO WEY DE BRITO  
Tecnico de Apoio

**CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO**  
**Gabinete do Vereador Jair Tatto**

§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.

Sala das Sessões,  
Às Comissões competentes.

Sala das Sessões, 16 de fevereiro de 2018.



**JAIR TATTO**

Vereador



## CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

### Gabinete do Vereador Jair Tatto

#### Justificativa

A propositura tem como objetivo a vedação à publicidade de cunho Misógino, sexista ou estimuladora de agressão ou violência sexual à mulher.

A figura feminina sempre foi utilizada pela mídia em analogia à submissão, trazendo a ideia machista de que “o lugar da mulher é na cozinha”, pela publicidade em propaganda de produtos de limpeza. Contudo com passar do tempo, as empresas de publicidade começou a representar a mulher como um produto de consumo, ou seja, objetificação sexual.

A Objetificação sexual significa tratar uma pessoa como mercadoria ou objeto, não dando importância à sua personalidade ou dignidade, uma realidade bem nítida em propagandas de produtos tidos como de interesse predominantemente masculinos, as vezes sutilmente e outras nem tão sutilmente assim.

Várias dessas propagandas são denunciadas por consumidores para o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), infelizmente, isso não quer dizer que algo seja feito a respeito. Muitas vezes as empresas se safam declarando que estão apenas se utilizando do humor e não pretendem agredir ninguém.

O problema é que essas propagandas cria padrões nocivos à sociedade. O constante uso da imagem da mulher e de seu corpo como atributo mercadológico destituído de dignidade em propagandas veiculadas na mídia e nas redes sociais, tem como consequência a misoginia, o sexismo e o incentivo à violência contra a mulher, seja sexual, psicológico ou físico.

Ante o exposto, fica claro a importância de estabelecer um marco legal para controlar o uso de ferramentas de publicidade na propagação de ideias e conceitos danosos à figura feminina.

Assim submeto este projeto de lei para análise e aprovação