



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

Secretaria de Apoio Legislativo - SGP2
SPLegis

PROJETO DE LEI 121/2017 DE 02/03/2017

Promovente:

Ver. SÂMIA BOMFIM (PSOL)

Ementa:

ESTABELECE PERCENTUAL MÍNIMO DO TOTAL DE RECURSOS DESTINADOS NAS LEIS ORÇAMENTÁRIAS ANUAIS A PUBLICIDADE E PROPAGANDA A SER APLICADO EM CAMPANHAS CONTRA O MACHISMO.

Observações:

Arquivado em ____/____/____

Chefe de Seção



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

Gabinete da Vereadora Sâmia Bomfim

10

Projeto de Lei nº

PL

121/2017

“Estabelece percentual mínimo do total de recursos destinados nas leis orçamentárias anuais a publicidade e propaganda, a ser aplicado em campanhas contra o machismo.”

A CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO DECRETA:

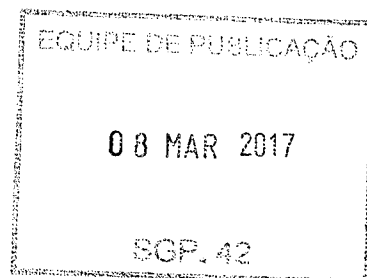
Art. 1º - Do total das dotações orçamentárias consignadas nos orçamentos anuais do Município de São Paulo a gastos com publicidade e propaganda, 20% (vinte por cento), no mínimo, deverão ser aplicados em campanhas educativas contra o machismo.

Art. 2º - As campanhas educativas contra o machismo basear-se-ão na legislação de defesa da mulher existente nos âmbitos federal, estadual e municipal, e serão voltadas para a conscientização a respeito dos direitos da mulher, do combate à violência e ao assédio, e da importância da construção da igualdade.

Art. 3º - As despesas geradas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas, se necessário.

Art. 4º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Sâmia Bomfim -
SÂMIA BOMFIM
VEREADORA - PSOL



17:05 02/03/2017 017389 - Protocolo Legislativo - SGP.22



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Gabinete da Vereadora Sâmia Bomfim

JUSTIFICATIVA

O artigo 85, da Lei Orgânica do Município de São Paulo, estabelece que a publicidade das atividades, programas, obras, serviços e campanhas, a serem realizadas pelo Poder Público, devem ter caráter educativo, informativo ou de orientação social.

Hoje em dia, infelizmente, a mulher quase sempre é retratada, em campanhas publicitárias diversas, de forma submissa ou objetificada. Segundo os dados obtidos pela pesquisa “Representações das mulheres nas propagandas na TV”, em parceria com o Data Popular, 84% dos entrevistados (homens e mulheres de todo o país) reconhecem que o corpo da mulher é usado para venda de produtos; 58% entendem que as propagandas na TV mostram a mulher como objeto sexual¹. A reprodução dessa lógica machista, na televisão, no rádio e nos grandes meios de difusão, contribui para que milhões de mulheres sigam enfrentando, em seu dia-a-dia, uma grave realidade de opressão, assédio, violência e desigualdade.

Acreditamos que a publicidade impulsionada pelo poder público deva reverter esta lógica, sendo voltada para a conscientização sobre direitos, para a promoção da igualdade e, por essa via, para o combate do machismo. É nesse sentido que se direciona o presente Projeto de Lei.

Diante do exposto, contamos com o indispensável apoio de nossos nobres pares para a aprovação desta importante propositura.

¹ Mais informações em: <http://agenciapatriciagalvao.org.br>.