



Câmara Municipal de Cascavel

ESTADO DO PARANÁ

COMISSÃO DE JUSTIÇA E REDAÇÃO

PARECER N° 20, de 2018.

PROJETO DE LEI N° 05 DE 2018.

PROPONENTE: Policial Madril/PMB – Cabral/PDT – Aécio Espínola/PSC - Roberto Parra/PMDB – Jaime Vasatta/Podemos – Celso Dal Molin/PR

RELATOR: Fernando Hallberg/PPL

EMENTA: Proíbe toda e qualquer veiculação publicitária misógina, sexista ou estimuladora de agressão e violência sexual contra a mulher por empresas no âmbito do Município de Cascavel, e da outras providências.

PARECER CONTRÁRIO.

I - FUNDAMENTAÇÃO E VOTO DO RELATOR

Compete à Comissão de Justiça e Redação opinar sobre os aspectos constitucionais, legais, regimentais e a boa técnica legislativa das proposições.

O presente projeto por meio de seus dispositivos pretende proibir toda e qualquer veiculação publicitária misógina, sexista ou estimuladora de agressão e violência sexual contra a mulher por empresas no âmbito do Município de Cascavel, e da outras providências.

O artigo 1º dispõe que toda empresa, com sede ou filial no município de Cascavel, que contratar ou receber 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 a ter a sua divulgação suspensa.

O artigo 2º caracteriza a publicidade com esses vícios, o artigo 3º traz as multas a serem aplicadas.

De acordo com a justificativa a proposição tem o intuito de mostrar que a figura feminina sempre foi utilizada pela mídia em analogias à submissão, trazendo aquela ideia machista de que “o lugar da mulher é na cozinha”. Hoje as mulheres

Rua Pernambuco 1843 – Centro – CEP 85810-021 – Cascavel – Paraná Fone (45) 3321-8800
Fax (45) 3321-8881 – www.camaracascavel.pr.gov.br – E-mail: admin@camaracascavel.pr.gov.br



Câmara Municipal de Cascavel

ESTADO DO PARANÁ

são retratadas pela publicidade em propagandas de produtos de limpeza, bem como em propagandas machistas e exibicionistas de bebidas alcoólicas, demonstrando a mulher como um objeto qualquer e 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.

Afirma ainda que é possível verificar que 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.

Ademais dispõe que 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, fraca, objeto de consumo, dentro outros adjetivos agressivos, o que por sua vez influencia no modo com que a sociedade vem tratando as mulheres em seu dia a dia, ocasionando na grande quantidade de violências domésticas contra as mulheres que temos visto acontecendo em todo mundo. Desse modo a iniciativa tem objetivo de impor qualquer tipo de censura aos produtores de propagandas, coibindo-lhes a criatividade, mas sim evitar a veiculação de propagandas que tenham por finalidade depreciar a imagem da mulher ou de estimular a prática de violência contra a mesma.

É notória a importância da lei em proteger a honra e a dignidade da mulher, entretanto, no que tange a iniciativa, a Constituição Federal é taxativa a respeito da questão da publicidade.

De acordo com o artigo 22 da Carta Magna:

“Artigo 22. Compete privativamente à União legislar sobre:

XXIX – propaganda comercial”

Nesse sentido, verificamos o entendimento jurisprudencial da constitucionalidade de Lei Estadual:

“Competência legislativa privativa da União: propaganda comercial: constitucionalidade de lei estadual que veda, em anúncios comerciais, fotos de natureza erótica ou pornográfica.

A blue ink signature of the Mayor of Cascavel.

Rua Pernambuco 1843 – Centro – CEP 85810-021 – Cascavel – Paraná Fone (45) 3321-8800

Fax (45) 3321-8881 – www.camaracascavel.pr.gov.br – E-mail: admin@camaracascavel.pr.gov.br

A blue ink signature of the President of the Chamber of Deputies.



Câmara Municipal de Cascavel

ESTADO DO PARANÁ

Resumo Estruturado

- INCONSTITUCIONALIDADE, LEI ESTADUAL, PROIBIÇÃO, PUBLICAÇÃO, ANÚNCIO COMERCIAL, FOTO, NATUREZA, EROTISMO, PORNOGRAFIA, REVISTA, JORNAL, PERIÓDICO // INVASÃO, COMPETÊNCIA PRIVATIVA, UNIÃO, EDIÇÃO, LEI, PROPAGANDA COMERCIAL // IMPOSSIBILIDADE, ESTADO, LEGISLAÇÃO, NECESSIDADE, LEI COMPLEMENTAR FEDERAL, DELEGAÇÃO, COMPETÊNCIA.

(STF - ADI: 2815 SC, Relator: SEPÚLVEDA PERTENCE, Data de Julgamento: 08/10/2003, Tribunal Pleno, Data de Publicação: DJ 07-11-2003 PP-00082 EMENT VOL-02131-03 PP-00498)

Desse modo, após avaliar a matéria como Relator, nos termos dos artigos 37 inciso IV e artigo 38 *caput*, ambos do Regimento Interno, verificam-se impedimentos constitucionais, legais e técnicos a tramitação do projeto, deste modo, manifesto o meu voto **CONTRÁRIO**.

II- VOTO DA COMISSÃO

A Comissão de Justiça e Redação por meio dos seus Vereadores acompanham o voto do Eminente Relator e opinam pelo Voto **CONTRÁRIO** ao projeto de Lei.

É o Parecer. Sala das Comissões Permanentes.

Cascavel, 27 de Fevereiro de 2018.

Damasceno Junior/PSDC

Membro

Pedro Sampaio/PSDB

Secretário

Fernando Hallberg/PPL

Relator