

## Abap tenta barrar projeto de lei que interfere no conteúdo da publicidade

Entidade diz que proposta que proíbe “alusão a gênero e orientação sexual” e entrou na pauta do plenário da Assembleia de São Paulo é censura inconstitucional

Alexandre Zaghi Lemos  
20 de abril de 2021 - 17h21

Colaborou Renato Rogenski

A ordem do dia da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo desta terça-feira, 20 de abril, previa a discussão e votação do Projeto de Lei 504, que tramita em regime de urgência e proíbe mensagens publicitárias com “alusão a gênero e orientação sexual, ou a movimentos sobre diversidade sexual relacionados a crianças”. Entretanto, a sessão foi encerrada antes da pauta chegar à proposta, que pode retornar ao plenário na quinta-feira, dia 22.

O projeto, apresentado na assembleia paulista em agosto do ano passado é de autoria da deputada Marta Costa, do PSD. A autora alega que “o uso indiscriminado deste tipo de divulgação traria real desconforto emocional a inúmeras famílias”, por “estabelecer prática não adequada a crianças que, ainda, sequer possuem, em razão da questão de aprimoramento da leitura (5 a 10 anos), capacidade de discernimento de tais questões”. A proposta da deputada considera, ainda, que a lei é necessária para evitar a “inadequada influência” da publicidade na formação de jovens e crianças.

Ainda em agosto do ano passado, o projeto recebeu uma emenda da deputada Janaina Paschoal, do PSL, que deu a ele a redação atual, trocando a expressão original “preferências sexuais”, usada pela deputada Marta Costa, por “gênero e orientação sexual”.

No mês passado, o projeto de lei teve aprovado o seu Requerimento de Urgência e foi aprovado em reunião conjunta das Comissões de Constituição, Justiça e Redação, de Defesa dos Direitos da Pessoa Humana, da Cidadania, da Participação e das Questões Sociais, e de Finanças, Orçamento e Planejamento. O voto vencedor foi o do relator deputado Gilmaci Santos, do Republicanos, favorável ao projeto da deputada Marta Costa e à emenda da deputada Janaina Paschoal. Dos presentes, 14 deputados seguiram o voto do relator e sete se manifestaram em apoio ao voto em separado da deputada Erica Malunguinho, do Psol, para quem “associar a violação dos direitos das crianças e adolescentes às diversidades sexuais e de gênero é desumanizador e cruel”. O argumento da deputada Erica Malunguinho é o de que o Projeto de Lei “expõe uma intenção absolutamente danosa e negativa, ferindo princípios básicos de cidadania e luta contra discriminação em decorrência de gênero ou orientação sexual”. Por fim, a deputada do Psol propôs a redação do texto fosse para vedar a publicidade “que contenha alusão a drogas, sexo e violências explícitas, relacionados a crianças”.

### Posicionamento da Abap

Nesta terça-feira, após o projeto entrar na ordem do dia do plenário da Assembleia Legislativa, a Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap) divulgou comunicado assinado por seu presidente, Mario D’Andrea, na qual classifica a proposta como inconstitucional, por “impor discriminação à liberdade de expressão comercial e ao direito de orientação sexual”. Além disso, diz ser uma tentativa de “censura de conteúdo, abrindo um precedente perigosíssimo para a liberdade de expressão e aos direitos de minorias”. Leia a íntegra:

*“A Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap) manifesta o seu repúdio ao Projeto de Lei n. 504/2020, em análise na Assembleia Legislativa, pelo qual pretende se impor discriminação à liberdade de expressão comercial e ao direito de orientação sexual.*

*A Constituição Federal estabelece a exclusividade da União em legislar sobre publicidade comercial, como veda qualquer afronta à inviolabilidade do direito à liberdade, à igualdade e à censura de natureza ideológica e social.*

*Veda a Constituição Federal, ainda, qualquer forma de censura à manifestação do pensamento, de criação, de expressão e de informação, sob qualquer forma, processo ou veículo.*

*É importante destacar que a publicidade reflete a sociedade em que está inserida, e a vedação proposta pelo PL caracteriza-se por censura de conteúdo, abrindo um precedente perigosíssimo para a liberdade de expressão e aos direitos de minorias. A publicidade brasileira é – e sempre será – fiadora da liberdade de expressão e dos direitos individuais no país.*

*São Paulo, 20 de abril de 2021.*

Mario D’Andrea

Presidente da Abap”

### **Repercussão nas agências**

Para Fernanda Antonelli, managing director da Wieden+Kennedy São Paulo, o projeto de lei vai na contramão de todo o esforço que o mercado publicitário tem conduzido, para ser mais inclusivo. “Temos visto uma tentativa de retrocesso a diversas manifestações culturais mais progressistas. A publicidade reflete os anseios de uma sociedade que quer ser mais engajada, plural e inclusiva. Esse projeto sugere exatamente o oposto. Não podemos nem queremos andar para trás. Devemos evoluir. Sempre”, argumenta.

Diretor de planejamento e líder do comitê de diversidade da FCB, Rafael Martins analisa a pauta do projeto de lei como um retrocesso, além de comentar os efeitos práticos dessa discussão para a sociedade. “É um retrocesso, desumanizador e parece ser um ensaio pra testar a reação de uma sociedade polarizada e dividida por fake news. Ele é claramente inconstitucional já que a competência para legislar sobre propaganda é da União e não dos Estados. O efeito prático negativo é a desinformação que mistura conceitos errados como ‘preferências sexuais’, associando diversidade sexual e de gênero a violação dos direitos das crianças e adolescentes. O efeito prático positivo é que podemos apontar o que realmente está sendo discutido e construirmos o mercado e sociedade que queremos”, avalia.

Na concepção de Filipe Bartholomeu, sócio e CEO da AlmapBBDO, a proposta do projeto de lei fere a constituição e a liberdade de expressão no País. “Na visão da Almap, trata-se de um projeto de lei recheado de censura, preconceito e desrespeito, inclusive, à constituição do país, além de toda a comunidade LGBTQIA+. É uma tentativa de discriminar o direito da identidade sexual e à liberdade de expressão”. Em sua visão, a propaganda é responsável por criar cultura e não discutir o retrocesso. “Temos orgulho de construir histórias que apoiam toda forma de amor junto aos nossos clientes. Marcas que investem, educam, entretêm e sensibilizam a sociedade sobre diversas causas, inclusive a LGBTQIA+. Por aqui, estamos fazendo propaganda pela diversidade há anos. E não porque é legal ou politicamente correto. Mas porque a propaganda é o reflexo da sociedade que vivemos. Então, não basta só apoiar a #propagandapeladiversidade – temos que nos inspirar diariamente na força que a comunidade LGBTQIA+ sempre carregou”, ressalta.

Ainda sobre o assunto, agências como Wieden+Kennedy, Wunderman Thompson, Publicis, BETC, FCB e AlmapBBDO também se posicionaram com posts no Instagram.

<https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2021/04/20/abap-tenta-barrar-projeto-de-lei-que-interfere-no-conteudo-da-publicidade.html>