



SF/18559.70636-60

VOTO EM SEPARADO

Perante a **Comissão de Transparência, Governança, Fiscalização e Controle e Defesa do Consumidor** (CTFC), sobre o Projeto de Lei do Senado nº 332, de 2015, da Senadora Vanessa Grazziotin, que “*Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor, para vedar a discriminação baseada no gênero nas relações de consumo*”.

VOTO EM SEPARADO DO SENADOR DAVI ALCOLUMBRE

I – RELATÓRIO

Encontra-se nesta Comissão de Transparência, Governança, Fiscalização e Controle e Defesa do Consumidor (CTFC), o Projeto de Lei do Senado nº 332, de 2015, da Senhora Senadora Vanessa Grazziotin, que “*Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor, para vedar discriminação baseada no gênero nas relações de consumo*”.

A proposição é apresentada em dois artigos, albergando a seguinte pretensão legislativa:

Ao art. 1º, para incluir alínea e) ao inciso II do art. 4º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para atender ao princípio da ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor, com a seguinte redação: “*pela coibição e repressão da discriminação baseada no gênero nas relações de consumo*”;

Ao art. 1º, para dar nova redação ao inciso IV do art. 6º, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que trata dos direitos básicos do consumidor para incluir no dispositivo, além da proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, aquela que “*reforça a discriminação baseada em gênero*”;

Ao art. 1º, para acrescenta a expressão “*reforce ou incite discriminação baseada em gênero*” ao § 2º do art. 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, como forma abusiva e proibitiva, dentre outras publicidades discriminatórias já constantes da redação original;

Ao art. 1º, para acrescentar inciso XIV ao art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para vedar ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas, “*prevalecer-se da condição de imaturidade de crianças e adolescentes para reforçar estereótipos associados ao gênero, inclusive na exposição de produtos e serviços à venda*”.

O art. 2º estabelece o prazo para a vigência da Lei, uma vez aprovado o presente do projeto e sancionado pela Presidência da República, isto é, entrará em vigor na data de sua publicação.

No prazo regimental não foram apresentadas emendas ao projeto.

II – ANÁLISE

Nos termos do inciso I do § 6º do art. 132 do Regimento Interno do Senado Federal (RISF), apresentamos o presente Voto em Separado (VSEP) ao Relatório/Parecer da Senhora Senadora Regina Sousa ao PLS nº 332, de 2015.

A matéria em tela é pertinente por subordinar-se à competência desta Comissão, nos termos dos arts. 90, XII, e, 102-A, III, do Regimento Interno do Senado Federal (RISF), alterado pela Resolução nº 3, de 2017.

Por se tratar de distribuição em caráter terminativo, incumbe-nos pronunciarmo-nos também sobre os aspectos de constitucionalidade, juridicidade e quanto à técnica legislativa empregada em sua redação.

A proposta, no que diz respeito à técnica legislativa, está em consonância com o disposto pela Lei Complementar nº 95, de 26 de fevereiro de 1998, com as alterações promovidas pela Lei Complementar nº 107, de 26 de abril de 2001, inexistindo, portanto, reparos quanto à redação oferecida.

No que se refere à constitucionalidade, o projeto de lei cuida de assunto da competência legislativa da União e está de acordo com os preceitos constitucionais relativos às atribuições do Congresso Nacional (art. 48). A proposta não infringe qualquer disposição do texto constitucional.



SF/18559.70636-60

Quanto à iniciativa do projeto, ela decorre do art. 61 da Carta Política de 1988, isso porque é atribuição do Congresso Nacional legislar sobre matéria de defesa do consumidor.

No tocante ao mérito da matéria, não obstante, em que pese a meritória intenção desposada pela Autora e acolhida pela Senhora Relatora, teceremos, com a devida vênia de todas e de todos, alguns comentários, por absoluta pertinência. Senão vejamos:

A redação dada à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), dispõe, no capítulo que trata da Política Nacional de Relações de Consumo, o atendimento das necessidades dos CONSUMIDORES (indistintamente, mulheres e homens), o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria a sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo de TODOS OS CONSUMIDORES (art. 4º); bem como dos direitos básicos do consumidor e da consumidora, isto é, direitos que TODOS OS CONSUMIDORES têm como garantidos em qualquer relação de consumo (art. 6º).

O legislador e a legisladora, quando da confecção do Código de Direito do Consumidor, preocupou-se em minudenciar tipos e momentos de relações de consumo. Assim, com todo o respeito e admiração que temos pela Autora, entendemos que trazer para o Código de Defesa do Consumidor a questão de gênero, que foi criminalizada no Código Penal, se mostra deveras desarrazoado e desnecessário, não se mostrando como sendo o local adequado para a alteração pretendida. Vamos mais longe, sequer vemos como prosperar, pelas razões que ora passamos a discorrer:

A luta contra a discriminação em razão do gênero avançou muito e deve ser louvada e exaltada, consagrando a criminalização contra as violações aos direitos humanos das mulheres, num quadro de violência contra a mulher.

O debate evoluiu e o reconhecimento deu-se no plano legislativo ao positivar o tema da violência contra a mulher, destacada, entre outras iniciativas, pela Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência Contra a Mulher, em 1994, na cidade de Belém, no Estado do Pará, contemplando um espectro mais amplo de proteção integral ao gênero feminino.

 SF/18559.70636-60

Assim, a legislação pátria recepcionou os avanços, já presentes em outros países, resultando na Lei nº 13.104, de 2015 (Lei do Feminicídio), **onde a legisladora e o legislador o tratou como delito autônomo, agravante de pena ou figura qualificada do delito de homicídio**, dentro de um contexto de violência de gênero, inserindo-o no art. 121 do Código Penal, vinculando-o, ainda, no rol taxativo dos crimes hediondos (Lei nº 8.072/1990).

É de se perguntar quanto aos crimes de gênero: como poderemos pôr a esse tipo de tratamento? – Podemos afirmar, sem temor de errar, que não será conferindo especificidade no Código de Defesa do Consumidor, que estabelece normas de proteção e defesa da consumidora e do consumidor, independentemente do gênero. A resposta é muito mais complexa, envolve uma mudança de cultura social que permita convivermos em uma sociedade onde a mulher seja vista tão somente como mulher e o homem tão somente como homem, sem qualquer tipo de discriminação ou tratamento diminutivo, sem a necessidade de ações afirmativas que, ao contrário da legítima pretensão, criam e perpetuam uma confortável anti-isonomia e uma temerária diferenciação jurídica.

Por oportuno, cumpre aduzir que as únicas diferenças entre mulheres e homens são aquelas inatas, ou seja, as biológicas. Essa diferença está nos diferentes cromossomos. O ser humano tem 23 pares de cromossomos, e somente um par se diferencia. Para as mulheres, cromossomos XX e, para os homens, cromossomos XY. Essas diferenças congênitas são universais, iguais para todas as pessoas. Quaisquer outras diferenças são culturais, transmitidas e absorvidas.

Essa pequena digressão se faz necessária para a compreensão de que as diferenças são construções da cultura e, por isso mesmo, são modificáveis, não por divisão e especificidade, mas por mudança de paradigma na transmissão da cultura, do conhecimento e dos atributos simbólicos sociais.

Podemos e devemos criar uma consciência cultural para modificar o pensamento das pessoas e, como consequência, a própria sociedade, sem que seja necessário provocar a divisão por gênero mediante a proliferação de especificidades em leis esparsas e nas relações de consumo.

Então, por que construir diferenças nas relações de consumo? É no próprio Codex Consumerista que temos o conceito de consumidor, como sendo *“toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviços como destinatário final”*.

É importante rememorar que o princípio da igualdade, sobretudo em seu aspecto material, insculpido na Carta Política de 1988, é norteador das normas que tutelam os direitos do consumidor e da consumidora.

SF/18559.70636-60

É ainda de se relembrar que a evolução do princípio da isonomia, que não possui a virtude de igualar somente as relações emanadas do direito público, mas propiciar um alcance explicativo mais amplo enfocando as relações de direito privado, trazem para este ramo um sentido harmonizador em situações desiguais.

Ainda que não tenha sido esse o objetivo da Autora, há que se chamar atenção para os riscos de “divisão” que poder-se-á incorrer ao inserir no CDC, que a todos alcança igualmente, pessoas físicas ou jurídicas, a questão de gênero, transformando um problema sensível, e por isso complexo, em um conflito entre grupos nas relações de consumo.

A pretensão da Autora se moldaria mais adequada e pertinentemente à Lei nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989, que “*Define os crimes resultantes de preconceitos de raça ou de cor*”, já alterada pelas Leis nº 9.459, de 1997 e 12.288, de 2010, que, em última análise, pune os crimes resultantes de discriminação ou preconceito de raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional.

Entendemos, derradeiramente, a desnecessidade da presente proposição, visto que o Codex Consumerista já ampara dispositivos inibidores de práticas discriminatórias, reforçadoras de tratamentos desiguais, nas relações de consumo.

III – VOTO

Diante de todo o exposto, utilizamo-nos da faculdade assegurada regimentalmente para expender minha opinião divergente da Senhora Relatora, e apresentar o presente Voto em Separado pelas razões técnicas e empíricas apresentadas e, no mérito, pela REJEIÇÃO do Projeto de Lei do Senado nº 332, de 2015.

Sala da Comissão, 12 de abril de 2018.

Senador **DAVI ALCOLUMBRE**, Relator

, Presidente.

SF/18559.70636-60

