

## PARECER N° , DE 2017

Da COMISSÃO DE DIREITOS HUMANOS E LEGISLAÇÃO PARTICIPATIVA, sobre o Projeto de Lei do Senado n° 332, de 2015, da Senadora Vanessa Grazziotin, que *altera a Lei n° 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.*

Relatora: Senadora **ÂNGELA PORTELA**

### I – RELATÓRIO

Vem ao exame da Comissão de Direitos Humanos e Legislação Participativa (CDH) o Projeto de Lei do Senado (PLS) n° 332, de 2015, de autoria da Senadora Vanessa Grazziotin.

A iniciativa busca coibir e reprimir a discriminação baseada em gênero nas relações de consumo, por meio do acréscimo da alínea “e” ao inciso II do art. 4º da Lei n° 8.078, de 11 de setembro de 1990, o Código de Defesa do Consumidor (CDC). Além disso, a proposição confere nova redação ao inciso IV do art. 6º e ao § 2º do art. 37 daquele diploma, com o objetivo de qualificar como abusiva a publicidade que reforça a discriminação baseada em gênero. Por fim, acresce ao art. 39 da mesma lei o inciso XIV, passando a vedar ao fornecedor de produtos ou serviços 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 da proposição determina que a proposição entre em vigor na data de sua publicação.



Na justificação, a autora do projeto argumenta ser necessário combater a desigualdade de gênero ainda presente na sociedade brasileira, alimentada pela discriminação baseada em papéis sociais exercidos por homens e mulheres de modo estereotipado. No entender da Senadora, é importante inibir a adoção dessas práticas discriminatórias nas relações de consumo, pois reforçam comportamentos machistas que acabam por ser naturalizados pelas pessoas desde a infância.

A proposição foi distribuída para a análise prévia da CDH e será posteriormente remetida ao exame da Comissão de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle, à qual caberá a decisão terminativa.

Não foram apresentadas emendas.

## **II – ANÁLISE**

Nos termos do art. 102-E do Regimento Interno do Senado Federal, compete à CDH opinar sobre proposições que visam à promoção dos direitos da mulher, o que torna regimental o exame do PLS nº 332, de 2015, por esta comissão.

O projeto tem por escopo combater a discriminação baseada em gênero nas relações de consumo. São exemplos corriqueiros dessa prática discriminatória as campanhas publicitárias de determinadas marcas de bebidas alcoólicas. Os anúncios veiculados nessas campanhas são conhecidos por associar o consumo de álcool à imagem de belas mulheres, quase sempre representadas de forma objetificada, e costumam recorrer, quando criticados, aos álibis da exaltação da beleza feminina e do bom humor.

Entendemos que as relações de consumo não podem ser conduzidas de acordo com estratégias que reforçam estigmas comportamentais relacionados ao gênero.

Como sabemos, as desigualdades entre homens e mulheres têm persistido em nossa sociedade. São o reflexo de uma tradição patriarcal que resiste tenazmente, a despeito dos avanços que obtivemos nas últimas décadas. Somos uma sociedade que oferece às mulheres remunerações



inferiores às percebidas pelos homens, mesmo quando desempenham as mesmas funções, e que ainda naturaliza a violência contra as mulheres, quase sempre consideradas culpadas pelas agressões sofridas. Não é à toa que o Brasil ocupa o desonroso 5º lugar no *ranking* mundial de casos de violência contra as mulheres.

Por esse motivo, entendemos que o PLS nº 332, de 2015, é uma proposição de elevado valor que se encaixa nessa demanda por uma ofensiva eficaz contra o machismo enraizado que tolhe cruelmente as oportunidades das mulheres. Seu principal mérito é transmitir a mensagem contundente de que a publicidade a serviço da construção e perpetuação de estereótipos de gênero não mais será tolerada, nem a pretexto de exercer o bom humor.

Dessa forma, as alterações sugeridas ao CDC são iniciativas que contribuirão para provocar as transformações culturais de que nossa sociedade precisa para se tornar um espaço onde mulheres e homens possam desenvolver, em igualdade de condições, seus projetos de vida.

E, decerto, poderão coadjuvar o relevante trabalho do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), responsável, na função de promotor do equilíbrio entre o exercício da liberdade de expressão e a ética na publicidade, pela análise de casos de publicidade enganosa ou abusiva.

### III – VOTO

Em razão do que foi exposto, voto pela **aprovação** do Projeto de Lei do Senado nº 332, de 2015.

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relatora

