



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 391, DE 2022 **(Da Sra. Natália Bonavides)**

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) para proibir a prática de diferenciar preços de produtos similares com base no gênero e na orientação sexual do consumidor e da consumidora, e dá outras providências.

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

DEFESA DO CONSUMIDOR E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

PROJETO DE LEI nº , de 2022
(Da Deputada Natália Bonavides)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) para proibir a prática de diferenciar preços de produtos similares com base no gênero e na orientação sexual do consumidor e da consumidora, e dá outras providências.

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA:

Art. 1º Esta Lei tem como objetivo proibir prática de diferenciar preços de produtos similares com base no gênero e na orientação sexual do consumidor e da consumidora.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39.....

.....
XV – diferenciar preços de produtos e serviços similares, bem como condições de acesso a produtos e serviços financeiros, com base no gênero e na orientação sexual do consumidor e da consumidora, inclusive quando destinados ao uso por crianças e adolescentes (NR)”.

Art. 3º. O descumprimento desta Lei enseja tratamento discriminatório e sujeita os responsáveis à sanção de multa, nos termos da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Natália Bonavides
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD229439647000>



O tratamento discriminatório, especialmente em razão do gênero, é expressamente vedado pela Constituição Federal de 1988 e por diversos diplomas legislativos nacionais e internacionais dos quais o Brasil é signatário.

No entanto, é evidente a discriminação de gênero nas prateleiras de mercados, farmácias e no comércio de maneira geral: produtos idênticos, pelo simples fato de serem direcionados para consumidoras mulheres ou para o público LGBTQIA+, são cobrados em valor maior do que sua versão simplificada, ou mesmo, sua “versão para homens”.

É o caso, por exemplo, de aparelhos de barbear descartáveis, que possuem preço distintos a depender da cor rosa ou azul; e até mesmo de medicamentos, como o ibuprofeno, analgésico indicado para dores e cólicas menstruais, que em alguns laboratórios possui embalagem diferenciada e preço mais elevado – sendo a mesma substância, com mesma dosagem, forma farmacêutica e quantidade – pelo simples fato de ser direcionado para mulheres.

Essa diferenciação de preços em função do gênero vem sendo chamada de “pink tax” (taxa rosa), e apesar de ser chamada de “taxa”, é na verdade, uma prática de mercado comum que produz impacto direto na vida das mulheres, especialmente pobres e negras, aprofundando ainda mais a desigualdade de gênero.

Uma pesquisa da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) realizada em 2017 apontou que itens cor de rosa e com personagens femininos são vendidos com o valor 12,3% maior, e que nos produtos para crianças, a diferença de preço chega a 20% nas roupas de bebê femininas e 26% nos brinquedos para meninas. Esta mesma pesquisa observou que 82% das entrevistadas não percebem a diferença de preço por gênero.

Já na pesquisa Empreendedorismo Feminino no Brasil, lançada em 2019 pelo Sebrae, se identificou que, apesar de as mulheres terem menor taxa de inadimplência (3,7%) do que os homens (4,2%), a taxa de juros para elas (34,6%) costuma ser maior que a cobrada para eles (31,1%).

De acordo com o IGBE, em 2019, as mulheres receberam em média 77,7% do salário dos homens. Isso se deve a fatores estruturais, como a divisão sexual do trabalho e as discriminações de gênero que dificultam o acesso das mulheres ao trabalho, emprego e renda.

A cobrança de valores distintos, por produtos idênticos, apenas com base no gênero do público consumidor já é discriminatória por si só, e numa realidade em que as



mulheres ganham menos e são maioria da população empobrecida, essa prática se manifesta ainda mais danosa e aprofunda a desigualdade de gênero no país, sendo, portanto, inadmissível.

Neste sentido, o presente projeto de lei estabelece a proibição dessa prática de cobrar valores distintos em razão do gênero e da orientação sexual, incluindo-a no rol de práticas abusivas do art. 39, do Código de Defesa do Consumidor, e estabelecendo a sanção administrativa de multa em caso de descumprimento.

Busca-se, com esta medida, reconhecer o tratamento discriminatório de gênero, coibi-lo e punir os responsáveis, a fim de abolir essa prática comercial que afeta diretamente a vida das mulheres no país.

Deputada Natália Bonavides (PT/RN)



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá
outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....
Seção IV
Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: *“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994*

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994)*

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. *(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994)*

XI - *Dispositivo acrescido pela Medida Provisória nº 1.890-67, de 22/10/1999, transformado em inciso XIII, em sua conversão na Lei nº 9.870, de 23/11/1999*

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. *(Inciso acrescido pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995)*

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. *(Inciso acrescido pela Lei nº 9.870, de 23/11/1999)*

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. *(Inciso acrescido pela Lei nº 13.425, de 30/3/2017, publicada no DOU de 31/3/2017, em vigor 180 dias após a publicação)*

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

.....
FIM DO DOCUMENTO