

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

(Do Sr. JONAS DONIZETTE)

Altera a redação do inciso X do art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, para classificar como prática abusiva a elevação de preços em razão do gênero, etnia ou idade do consumidor.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a redação do inciso X do art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, para classificar como prática abusiva a elevação de preços em razão do gênero, etnia ou idade do consumidor.

Art. 2º O inciso X do art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, Código de Defesa do Consumidor, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

.....

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços, notadamente quando houver distinção para maior no preço ofertado, em razão do gênero, etnia ou idade do consumidor a quem se destina, considerando que tais produtos e serviços guardam as mesmas características e exata utilidade para sua utilização por outro segmento qualquer do mercado consumidor, de acordo com os termos da regulamentação do Poder Executivo.

..... “ (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.



JUSTIFICAÇÃO

Há alguns anos a indústria vem se utilizando de recursos criativos e ardilosas técnicas de *marketing* mercadológico para aumentar, inexplicavelmente, os preços de seus produtos e serviços em razão do público-alvo a que se destinam.

Tal prática mostra-se abusiva e, como tal, necessita ser coibida pelo Código de Defesa do Consumidor, vez que provoca uma injusta e injustificada distorção de preços para os diferentes consumidores, levando em conta, na maioria das vezes, seu gênero, sua idade e até, mesmo, sua etnia. O caso que tem provocado mais notícias diz respeito à denominada “Taxa rosa”, ou em inglês, “*pink tax*”. Esse é o nome dado para a prática distorcida do mercado de cobrar mais caro para produtos específicos para mulheres.

No entanto, pode-se verificar essa mesma prática também tem sido direcionada aos públicos infantil e de pessoas idosas. São inúmeros produtos: de farmácias, artigos esportivos, vestuário, acessórios para bebês e cabeleireiros. Em um levantamento realizado e publicado em 10/3/2021, pela Agência Brasil – Rádio Nacional¹, sobre 10 produtos pesquisados, considerando três lojas diferentes, todos produtos apresentaram preços mais altos para mulheres em pelo menos uma das lojas. Foram considerados produtos diversos, compreendendo desde tênis esportivos a lâminas de depilação cor de rosa. Em tal levantamento, a diferença de preço foi, em média, 35% maior nos produtos destinados a mulheres, sendo que mantinham entre si as mesmas características de utilização e destinação pelo consumidor, fosse homem ou mulher.

Segundo uma pesquisa da ESPM² (Escola Superior de Propaganda e Marketing – SP), realizada em 2018, os produtos rosas ou com personagens femininos são, em média, 12,3% mais caros do que os regulares e destinados aos homens. Estes produtos podem ser exatamente iguais, mas possuem um valor até 100% maior, como é o caso das lâminas, havendo clara

1 Consultado em <https://idec.org.br/idec-na-imprensa/sabe-o-que-quer-dizer-pink-tax-ou-taxa-rosa> na data de 7/6/2023.

2 Consultada em <https://demarckadvogados.com.br/sabe-o-que-quer-dizer-pink-tax-ou-taxa-rosa/> na data de 17/5/2023.



diferenciação para um preço maior em relação às mesmas lâminas utilizadas pelos homens para barbear. Infere-se, portanto, de tal comparação que a mulher paga mais apenas para ter um produto adequado para o seu biótipo.

Como se percebe, a prática não é nova e vem se ampliando sobre diversos públicos-alvo e não somente atinge o público feminino, vez que pessoas negras e pessoas idosas também são, invariavelmente, vítimas dessa clara distorção de preços, sob a camuflagem de que os produtos a eles destinados são diferenciados e guardam características distintas com os demais oferecidos para outros segmentos do mercado consumidor.

Nossa intenção é a de aprimorar a atual redação do inciso X do art. 39 do CDC, que enumera o rol de práticas abusivas pelos fornecedores de produtos e serviços, de modo a proteger **todos** os consumidores, indistintamente.

Assim, doravante, também será considerada prática abusiva o ato do fornecedor de produtos e serviços elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços, **notadamente quando houver distinção para maior no preço ofertado, em razão do gênero, etnia ou idade do consumidor a quem se destina**, considerando que tais produtos e serviços guardam as mesmas características e exata utilidade para sua utilização por outro segmento qualquer do mercado consumidor, de acordo com os termos da regulamentação do Poder Executivo.

Observe-se que, nos termos propostos, caberá ao Poder Executivo, provavelmente na esfera de competências da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), subordinada ao Ministério da Justiça, definir, em sede de regulamento, quais serão os parâmetros para precisar quando e em que condições os produtos e serviços: (i) guardam as mesmas características entre si e, (ii) mantêm a exata utilidade para o uso por outro segmento qualquer do mercado consumidor.

Com esse aprimoramento do rol de práticas abusivas constante do art. 39 do CDC, confiamos que tal prática será coibida e, num futuro próximo, banida do mercado, vez que a indústria que a promove será responsabilizada e punida nos termos do art. 56 da própria Lei nº 8.078/90.



Pela relevância do que ora se propõe e seus reflexos positivos para milhões de consumidores brasileiros, esperamos contar com o indispensável apoio de nossos Pares para a aprovação desta proposição nesta Casa.

Sala das Sessões, em de de 2023.

Deputado JONAS DONIZETTE

2023-7915

