

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DO CONSELHO
NACIONAL DE AUTO-REGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA - CONAR**

**A SECRETARIA DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES DA
PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA**, inscrita no CNPJ sob o nº
05510958/0001-46, situada na Via N1 Leste, s/nº Pavilhão das Metas,
Zona Cívico- Administrativa, Brasília, DF, neste ato representada pela
Excelentíssima Senhora Ministra, **IRINY LOPES**, vem, respeitosamente
perante Vossa Excelência, apresentar **REPRESENTAÇÃO** contra a
propaganda da **HOPE LINGERIE**, com sede na Rua Jaraguá, nº 371,
Bom Retiro, São Paulo , SP, CEP: 01129-000, pelos fatos e fundamentos
que passa a expor:

1. A Secretaria de Políticas para as Mulheres teve conhecimento da recente propaganda da HOPE LINGERIE, a qual exhibe um vídeo intitulado "*Hope ensina*", que pode ser acessado pelo <http://www.portaldofranchising.com.br/site/include/site.asp?site=http://www.hopelingerie.com.br>, que intima as mulheres brasileiras a fazerem uso de seu "charme" (exposição do corpo e insinuações) para amenizar possíveis reações de seus companheiros frente a incidentes do cotidiano. Tal propaganda promove o reforço do esteriótipo equivocado da mulher como mero objeto sexual de seu marido e ignora os grande avanços que temos alcançado para desconstruir práticas e pensamentos sexistas.



2. Ressalte-se que a referida propaganda apresenta conteúdo discriminatório contra a mulher, infringindo os arts. 1º e 5º da Constituição Federal, e também desconsidera as medidas preventivas apresentadas no art. 8º, alínea "g" da Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência contra a Mulher, ratificada pelo Brasil.

3. É sabido que toda forma de discriminação social tem origem cultural. São padrões culturais aceitos pela sociedade que definem diferentes papéis sociais para as pessoas, ligando capacidades físicas ou intelectuais a determinados grupos sociais, ou seja, lhes impondo rotulações inferiorizadas com o intuito de se sobrepor e exercer o poder sobre determinados grupos. Estes padrões culturais são reproduzidos como estereótipos que mantêm formas de dominação e discriminação que atingem grupos historicamente marginalizados. Os comportamentos preconceituosos e violentos contra as mulheres decorrem justamente de uma cultura discriminatória, patriarcalista e racista.

4. A difusão cultural ocorre por distintos meios e na sociedade contemporânea, os meios de comunicação de massa constituem uma via expressa de propagação de padrões culturais. A exposição exagerada e desprovida de conteúdo do corpo feminino, por meio de músicas, imagens e propagandas apelativas é um desrespeito à capacidade intelectual e criativa das mulheres.

5. Ressalte-se que durante todo o século XX e início do século XXI as lutas pela igualdade de gênero, étnico-racial e pelo respeito à diversidade têm sido constantes. Dentre estas batalhas, destaca-se a luta histórica das mulheres por outra imagem nos meios de comunicação. Todavia, o predomínio de atitudes e convenções sociais



discriminatórias, em todas as sociedades, ainda é uma realidade tão persistente quanto naturalizada. As discriminações de gênero, étnico-racial e por orientação sexual, como também a violência, são produzidas e reproduzidas em todos os espaços da vida social brasileira.

6. Não bastarão leis, se não houver a transformação de mentalidades e práticas, daí o papel estruturante que adquirem as ações que promovam a discussão desses temas, motivem a reflexão individual e coletiva e contribuam para a superação e eliminação de qualquer tratamento preconceituoso.

7. A Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República, desde sua criação, tem pautado suas ações por meio diálogo contínuo com a sociedade. Exemplo disso são as Conferências Nacionais de Políticas para as Mulheres convocadas pelo governo federal como espaços de participação social, de apresentação de demandas e reivindicações de políticas na área.

8. O II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres, resultado da II Conferência, está distribuído em 11 áreas temáticas, tratando o Eixo 8 especificamente sobre: *"Cultura, comunicação e mídia igualitárias, democráticas e não discriminatórias"*.

9. Muitas iniciativas e ações são em parcerias com outros órgãos governamentais e visam assegurar o monitoramento da veiculação de imagens de mulheres, de negros e homossexuais na mídia em geral, de forma a combater a discriminação e a mercantilização do corpo e da vida das mulheres.



10. A promoção de debates sobre essas perspectivas, envolvendo não só as mulheres como protagonistas não iniciaram agora, mas também outros atores têm trazido uma contribuição fundamental à discussão das inúmeras dimensões sobre o comportamento da mídia em relação às mulheres, às abordagens de gênero e a todo o tipo de discriminação.

11. Com isso, salientamos que a fiscalização das grandes mídias e propagandas brasileiras se faz em grande parte pela população, já que este também é o seu papel. Denunciar a discriminação, manifestar-se nos meios adequados, engajar-se em campanhas, discutir o tema em diversos eventos são formas de fiscalizar os meios de comunicação por vezes tão difícil de penetrar.

12. Neste sentido, informamos que a Ouvidoria desta Secretaria recebe demandas da população a respeito de programas de televisão, músicas, internet e demais propagandas discriminatórias e sexistas, além de casos de violência doméstica e demais crimes contra as mulheres em todo o país, e que todas elas são encaminhadas para os órgãos competentes para investigação e fiscalização/resolução. E esta tem sido a prática desde sua criação.

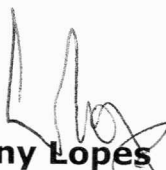
13. Esta Secretaria tem trabalhado constantemente na construção de políticas públicas voltadas às questões de gênero, discriminação e violência contra as mulheres.



14. Assim, na qualidade de Ministra-Chefe da Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República e de Presidenta do Conselho Nacional dos Direitos da Mulher – CNDM, venho apresentar a presente Representação e requerer, com base nos arts. 19 a 21 do Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária, e do art. 30, II, do Regimento Interno do Conselho de Ética (RICE), a imediata sustação da publicação da propaganda supra citada.

Nestes Termos,
Pede Deferimento.

Brasília, 26 de setembro de 2011.



Iriny Lopes

Ministra de Estado-Chefe
Secretaria de Políticas para as Mulheres
Presidência da República