

*Ex.ma Sr.ª Diretora Geral do Consumidor,
Dr.ª Ana Catarina Ferreira Marques da Fonseca,*

Lisboa 17 de julho de 2019

*A **Associação Portuguesa de Mulheres Juristas**, pessoa coletiva n.º 502 066 415, vem expor a VªExª os factos que adiante descreve e requerer que atue em conformidade com o disposto no artigo 37º do Código da Publicidade.*

- 1- A sociedade “L'OREAL PORTUGAL, UNIPESSOAL LDA”, com sede na Rua Dr. António Loureiro Borges, n.º 7, Miraflares, 1495-131 Oeiras, e registada na Conservatória do Registo Comercial de Cascais, sob o número 500250839, atuando em nome e em representação da marca “L'Oréal Paris”, lançou recentemente a campanha publicitária “**É de Homem!**”*
- 2- No âmbito desta campanha publicitária foram desenvolvidos e publicitados os anúncios que abaixo se reproduzem, e que se encontram disponíveis em <https://www.lorealparis.pt/men>*



R. Manuel Marques, n.º21-P – 1750-170 Lisboa

Telf. 211994816/968793580 Fax 21 7594124

www.apmj.pt - apmjsede@apmj.pt



- 3- Como resulta das imagens supra, esta campanha publicitária procura veicular uma conceção claramente sexista do que seja “ser homem”.
- 4- Fá-lo, designadamente com a utilização da expressão “é de homem!” como ilustração de uma identidade masculina que afirma que os “homens” devem ser estoicos, fortes, valentes, determinados e desprovidos de emoção.
- 5- Tais características são, ainda, potenciadas com a contraposição do “banhinho para os meninos” com o duche para os homens, o que claramente indicia que ser “homem” é não ser fraco nem vulnerável.

- 6- *As imagens e as frases constantes dos anúncios acima reproduzidos afirmam que a abnegação, a fortaleza, a valentia e a determinação são características identitárias exclusivas da masculinidade e não de toda a espécie humana, designadamente das mulheres.*
- 7- *Como tal, veiculam um conjunto de mitos, normas e ideais sobre a masculinidade, que reproduzem padrões estereotipados sobre a inserção social dos homens e, conseqüentemente das mulheres, para além de promoverem expectativas rígidas da construção da identidade masculina, que preenchem a esfera de compreensão do conceito de masculinidade tóxica.*
- 8- *A promoção de tais padrões estereotipados, porque atentam contra a dignidade de todos os seres humanos, contribui para o reforço da hierarquização e discriminação social, designadamente a discriminação contra as mulheres.*
- 9- *Pelo que é constitucionalmente interdita e sancionada pelo Código da Publicidade.*
- 10- *Para além de violar os compromissos internacionais a que o Estado Português se encontra vinculado.*
- 11- *Na verdade, quer a Convenção sobre a Eliminação de todas as formas de Discriminação contra as Mulheres, vulgo CEDAW, quer a Convenção do Conselho da Europa para a Prevenção e o Combate à Violência contra as Mulheres e a Violência Doméstica, vulgo Convenção de Istambul, obrigam a que os Estados signatários, como Portugal, erradiquem todas as práticas baseadas nos papéis sociais estereotipados das mulheres e dos homens.*

- 12- *Também a Constituição da República impõe que o Estado tenha como sua tarefa fundamental a promoção da Igualdade entre homens e mulheres e, conseqüentemente, interdite práticas discriminatórias.*
- 13- *Nesta conformidade, o Código da Publicidade proíbe no seu artigo 7º toda a publicidade que viole os valores e os princípios constitucionais, e designadamente na al. b) do seu nº2, aquela que contenha qualquer discriminação.*

*Assim, e tendo em atenção que a publicidade, independentemente dos meios de comunicação utilizados, assume nos dias de hoje uma importância e um alcance significativos que não devem ser desconsiderados nem mitigados, pois visa comunicar de forma simples e persuasiva uma mensagem que possa ser compreendida por um público muito amplo, a **Associação Portuguesa de Mulheres Juristas** considera particularmente importante que seja efetivamente implementada e aplicada a legislação vigente, que proíbe a divulgação de publicidade com mensagens discriminatórias, degradantes ou com base em estereótipos de género.*

*Nestes termos, a **Associação Portuguesa de Mulheres Juristas** requer a VªExª que, no uso das competências que lhe são atribuídas pelo artigo 2º, nº2, alínea j) do Decreto-Regulamentar n.º 38/2012, de 10 de abril, receba a presente denúncia e a autue como contraordenação prevista no artigo 7º nº3 al. b) do Código da Publicidade, punida nos termos do artigo 34º nº1 al. a) do mesmo diploma.*

Mais requer, que nos termos do disposto no artigo 41º nº1 do mesmo Código seja ordenada cautelarmente a suspensão da campanha publicitária em causa, uma vez que esta atenta contra os direitos das crianças ao pleno

desenvolvimento da sua personalidade, no que se reporta a não sofrer constrangimentos quanto à construção da sua identidade.

Certa da sua melhor atenção,

A Presidente da Direção da A.P.M.J.

Maria Teresa Féria de Almeida