

A DIFERENCIAÇÃO NA COBRANÇA DO VALOR DE ENTRADA EM RAZÃO DO GÊNERO DO CONSUMIDOR FRENTE AO PRINCÍPIO DA ISONOMIA

THE DIFFERENTIATION IN COLLECTION OF THE ENTRY VALUE FOR CONSUMER GENDER AGAINST THE ISONOMY PRINCIPLE

Eduardo Moraes Lameu Silva¹

Rafaela Vieira Ozava²

Resumo: Considerando a constante mudança das relações de consumo em razão da também constante dinamicidade das relações econômico-sociais pretende-se aqui abordar de maneira crítica e jurídica sobre a diferenciação no valor de entrada para o ingresso em boates e casas noturnas em razão do gênero do consumidor. O trabalho apresenta considerações sobre o princípio da isonomia e da equivalência nas relações de consumo para, após, analisar essa situação específica tanto em sede do Direito brasileiro como do Direito comparado – especificamente da União Europeia. O método aqui utilizado foi o dedutivo, através da análise da literatura jurídica e da produção jurisprudencial para se chegar às conclusões aqui apresentadas. O trabalho foi estruturado em três capítulos, sendo o primeiro dedicado à abordagem do princípio da isonomia, o seguinte à análise da diferenciação e sua afronta ao princípio da isonomia e por fim, o último capítulo é reservado para o tratamento do tema na União Europeia. As conclusões apontam no sentido de proibição à discriminação por ferir preceitos Constitucionais, Legais e principiológicos.

Palavras-chave: isonomia; diferença valor entrada; isonomia Direito do Consumidor; consumidor união europeia.

Abstract: Considering the constant change in consumer relations due to the also constant dynamics of economic and social relations, we intend here to critically and legally address the differentiation in the value of entry for entering clubs and nightclubs due to the gender of the

¹ Mestre em Instituições Sociais, Direito e Democracia pela Fundação Mineira de Educação e Cultura FUMEC (2018). Pós-graduado em Direito Civil pela Universidade Anhanguera UNIDERP (2015). Especialista em Direito Público pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - PUC MG (2016). Possui graduação em Direito pela Faculdade de Direito Conselheiro Lafaiete (2014). Professor na Faculdade de Direito de Conselheiro Lafaiete. Professor em Cursos preparatórios para Concursos Públicos. Advogado. Palestrante. emlameu@gmail.com, lattes: <http://lattes.cnpq.br/4481274354409973>

² Graduanda em Direito pela Faculdade de Direito de Conselheiro Lafaiete. Pesquisadora do projeto “Dois Pesos, uma medida: Igualdade de Gênero” na Faculdade de Direito de Conselheiro Lafaiete-MG.

consumer. . The paper presents considerations on the principle of isonomy and equivalence in consumer relations and then analyzes this specific situation both in Brazilian and comparative law - specifically in the European Union. The method used here was deductive, through the analysis of legal literature and jurisprudential production to reach the conclusions presented here. The work has been divided into three chapters, the first devoted to the approach to the principle of isonomy, the next to the analysis of differentiation and its affront to the principle of isonomy and finally, the last chapter is reserved for the treatment of the subject in the European Union. The conclusions point to a prohibition of discrimination for violating Constitutional, Legal and Principle precepts.

Keywords: isonomy, difference value input; consumer rights; consumer European Union.

1 INTRODUÇÃO

O Direito do Consumidor, como um dos ramos mais recentes do Direito brasileiro vive constantes mudanças – em função das diferentes relações e situações consumeristas que surgem a cada dia. Parte disso deve-se ao fato do avanço da tecnologia e do fenômeno da globalização – fenômeno esse que cria relações jurídicas inéditas quase que diuturnamente.

Uma situação vista de forma corriqueira atualmente e que suscita discussões quanto a sua (in)constitucionalidade diz respeito à diferenciação no valor da entrada para ingresso em casas noturnas em função do gênero do consumidor. São comuns anúncios de boates e casas de show que cobram ingressos femininos na proporção de cinquenta por cento em relação aos valores dos ingressos masculinos - ou até em proporções menores - como forma de atrair um grande público feminino.

Pretende-se nesse artigo primeiramente fazer uma abordagem objetiva sobre o princípio da isonomia, focando na sua aplicação na seara consumerista. Tal capítulo servirá de substrato para a crítica que será traçada posteriormente.

O segundo capítulo volta-se à análise da diferenciação no valor de entrada em função do sexo do consumidor fazendo um paralelo da legislação com a prática recorrente da cobrança diferenciada em razão do gênero do consumidor.

Por fim, o último capítulo é destinado a uma breve exposição do tratamento do tema em sede de Direito Comparado – mais especificamente na União Europeia.

O método aqui utilizado foi o dedutivo, através da leitura e análise de obras jurídicas, artigos científicos e textos apresentados em congressos, além da necessária leitura da legislação nacional e, na medida do possível, estrangeira.

Espera-se oferecer um estudo introdutório do tema, que não se esgota nas páginas aqui escritas, e que deve ser discutido face a sua grande implicação prática.

2 O PRINCÍPIO DA ISONOMIA E SUA INCIDÊNCIA NA SEARA CONSUMERISTA

Inicia-se aqui por uma breve leitura do princípio da isonomia e sua aplicação ao Direito do Consumidor. Mas antes disso, merece menção a evolução dos direitos fundamentais.

2.1 As dimensões dos Direitos Fundamentais: breve abordagem

A isonomia como princípio e Direito Fundamental remonta propriamente à evolução histórica dos direitos fundamentais. Em um primeiro momento os direitos fundamentais apontam para o ideal de liberdade – representado aqui pelos direitos civis e políticos – chamados pela doutrina mais moderna de direitos fundamentais de primeira dimensão. Nesse sentido: “Os direitos fundamentais surgiram como normas que visavam a restringir a atuação do estado, exigindo deste um comportamento omissivo (abstenção) em favor da liberdade do indivíduo, ampliando o domínio de autonomia individual frente a ação estatal.” (PAULO; ALEXANDRINO, 2017, p. 94).

Avançando no tempo, somente no século XX o reconhecimento dos direitos sociais, culturais e econômicos veio a ter uma feição positiva, ou seja, o Estado passou a intervir com seu poder legítimo estatal nas relações particulares para salvaguardar valores sociais. Daí falar-se em direitos fundamentais de segunda dimensão – que refletem o valor da igualdade. Nesse contexto fala-se na diferenciação entre igualdade formal – aquela igualdade formalmente garantida em lei, traduzida na melhor forma possível na sentença: “todos são iguais perante a lei”; e igualdade material – que

transcende a igualdade formal e se concretiza quando o Estado atua no sentido de garantir a igualdade fática através de diferenciações entre pessoas que se encontram em situações diferentes, traduzida na máxima aristotélica: “tratar os iguais de forma igual e os desiguais de forma desigual”.

Ainda seguindo o avanço cronológico, a preocupação com valores transindividuais levou os Estados a tutelarem direitos fundamentais que dizem respeito não somente ao indivíduo, mas à coletividade: os chamados direitos fundamentais de terceira dimensão. Entende-se que os direitos do consumidor são direitos fundamentais de terceira dimensão, pois refletem o valor de solidariedade. O consumidor encontra-se em situação de vulnerabilidade (em vários aspectos da relação jurídica) perante o fornecedor e, muitas vezes necessita de uma legislação protetiva.

Hodiernamente a doutrina elenca direitos fundamentais de quarta, quinta e sexta dimensão. Tais abordagens ressaltam o caráter de historicidade dos direitos fundamentais e da importância do reconhecimento de novos direitos frente às novas situações sociais que se apresentam, porém não serão feitas considerações sobre tais dimensões, pois foge ao interesse do presente trabalho.

A seguir será feita uma abordagem do princípio da isonomia na seara consumerista.

2.2 O princípio da isonomia nas relações de consumo

O texto constitucional brasileiro de 1988 traz em seu bojo diversos princípios fundamentais, dentre eles, o princípio da isonomia, positivado, notadamente no art. 5º, *caput*. **“Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade (...)”** (BRASIL, 1988, grifo nosso).

A isonomia com relação ao tratamento entre homens e mulheres é reforçada no inciso I deste mesmo dispositivo que prolata: “Homens e mulheres são iguais em

direitos e obrigações nos termos desta Constituição” (BRASIL, 1988). Aqui, tem-se uma interpretação no sentido de que as diferenciações em razão do gênero devem encontrar algum fundamento no próprio texto constitucional. Como exemplo de discriminações em razão do gênero admitidas por disposições constitucionais citam-se os casos de aposentadoria³, a proteção do mercado de trabalho da mulher⁴ e a isenção do serviço militar obrigatório para mulheres⁵.

O Princípio da isonomia é um dos pilares de sustentação de qualquer Estado Democrático de Direito, pois fundamenta a elaboração de normas que visam garantir um concreto tratamento igualitário e justo para todos os cidadãos, em consonância com os critérios admitidos pelo ordenamento jurídico.

Sobre a isonomia e as discriminações no tocante ao direito do Consumidor, escreve Rizzato Nunes:

[...] para aferição da adequação ao princípio da igualdade é necessário levar em conta outros aspectos. Todos eles têm de ser avaliados de maneira harmônica: se adotado o critério discriminatório, este tem de estar conectado logicamente com o tratamento jurídico atribuído em face da desigualdade apontada. Além disso, há que existir afinidade entre essa correlação lógica e os valores protegidos pelo ordenamento constitucional. Ou seja, nenhum elemento, isoladamente, poderá ser tido como válido ou inválido para verificação da isonomia. É o conjunto que poderá designar o cumprimento ou não da violação da norma constitucional. Assim, resumidamente, afere-se a adequação ou não ao princípio da isonomia verificando se a harmonização dos seguintes elementos:

- a) discriminação;
- b) correlação lógica da discriminação com o tratamento jurídico atribuído em face da desigualdade;
- c) afinidade entre essa correlação e os valores protegidos no ordenamento constitucional. (NUNES, 2018, p. 52).

Dessa forma, as possíveis distinções devem guardar uma ligação lógica com algum valor previsto no ordenamento jurídico para ser tida como válida.

A seguir adentra-se na discriminação no tocante ao gênero do consumidor.

³Art. 201 [...] § 7º É assegurada aposentadoria no regime geral de previdência social, nos termos da lei, obedecidas as seguintes condições: I - trinta e cinco anos de contribuição, se homem, e trinta anos de contribuição, se mulher; II - sessenta e cinco anos de idade, se homem, e sessenta anos de idade, se mulher, reduzido em cinco anos o limite para os trabalhadores rurais de ambos os sexos e para os que exerçam suas atividades em regime de economia familiar, nestes incluídos o produtor rural, o garimpeiro e o pescador artesanal.” (BRASIL, 1988).

⁴ Art. 7º [...] XX - proteção do mercado de trabalho da mulher, mediante incentivos específicos, nos termos da lei; (BRASIL, 1988).

⁵ “Art. 143. O serviço militar é obrigatório nos termos da lei. (...) § 2º - As mulheres e os eclesiásticos ficam isentos do serviço militar obrigatório em tempo de paz, sujeitos, porém, a outros encargos que a lei lhes atribuir.” (BRASIL, 1988)

3 A DIFERENCIAÇÃO NO VALOR DE ENTRADA EM RAZÃO DO SEXO

Uma situação corriqueira no atual cenário comercial e mercadológico brasileiro diz respeito à diferenciação no valor da entrada em estabelecimentos noturnos (bares, boates, *pub's*) em razão do gênero do consumidor.

Inicialmente, defendia-se que os estabelecimentos que praticassem cobrança diferenciada estariam sujeitos às sanções do art. 56⁶ do CDC, como multa, suspensão do fornecimento do serviço, suspensão da atividade.

Porém, a prática comercial tornou frequente a situação de diferenciação em razão do gênero do consumidor – claramente, como forma de incentivar o consumo.

Aqueles que defendem tal diferenciação argumentam a favor da livre iniciativa, insculpida constitucionalmente no art. 170 como princípio da ordem econômica e financeira:

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

[...]

IV - livre concorrência;

V - defesa do consumidor; (BRASIL, 1988).

O mesmo artigo que elenca a livre concorrência como princípio da ordem econômica, também elenca a defesa do consumidor com o mesmo *status*. E pode-se ir além, conforme já demonstrado no capítulo anterior a defesa do consumidor não é

⁶ “Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas: I - multa; II - apreensão do produto; III - inutilização do produto; IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente; V - proibição de fabricação do produto; VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço; VII - suspensão temporária de atividade; VIII - revogação de concessão ou permissão de uso; IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade; X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade; XI - intervenção administrativa; XII - imposição de contrapropaganda. Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.” (BRASIL, 1990).

somente um princípio da ordem econômica, como também um direito fundamental positivado no art. 5º do texto constitucional.

Sobre a diferenciação em razão do gênero do consumidor, no ano de 2017, O Ministério da Justiça e Segurança Pública editou Norma Técnica específica acerca do tema onde prevê como objetivo do documento:

[...] o cumprimento dos princípios basilares da Constituição Cidadã, como o princípio da dignidade da pessoa humana e o princípio isonomia/igualdade nas relações de consumo. Combatemos ainda a ilegalidade de discriminação de gêneros nas relações de consumo, vez que a mulher não é vista como sujeito de direito na relação de consumo em questão e sim com um objeto de marketing para atrair o sexo oposto aos eventos, shows, casas de festas e outros. (BRASIL, 2017)

Malgrado algumas decisões judiciais do mesmo ano apresentaram entendimento diverso, defende-se aqui o entendimento no mesmo sentido da norma técnica no sentido de que a utilização do preço diferenciado não encontra nenhum fundamento de caráter objetivo ou social. Tal discriminação ofende o preceito constitucional da igualdade travestindo-se de proteção à livre iniciativa. A livre iniciativa é princípio da ordem econômica, porém no art. 1º do texto constitucional também é prescritiva um valor social para essa livre iniciativa. Valor social no sentido de que práticas abusivas têm relevância para a sociedade e deveriam ser coibidas. A discriminação aqui não encontra nenhum autorizativo constitucional ou legal para tal.

Nesse sentido, a respeito das discriminações por motivo de sexo, observa Celso Antônio Bandeira de Mello:

[...] as discriminações são recebidas como compatíveis com a cláusula igualitária apenas e tão somente quando existe um vínculo de correlação lógica entre a peculiaridade diferencial acolhida por residente no objeto, e a desigualdade de tratamento em função dela conferida, desde que tal correlação não seja incompatível com interesses prestigiados na Constituição. (MELLO, 1993, p. 54).

Por esse pensamento, não há aqui que se falar em lógica para a discriminação no tocante à cobrança, por ser destituída de fundamento constitucional. A livre iniciativa não deve servir de manto para práticas abusivas que ferem os direitos do consumidor.

Importante mencionar aqui o Decreto n. 5.903/2006, que ao regulamentar o Código de Defesa do Consumidor prevê:

Art. 9º Configuram infrações ao direito básico do consumidor à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, sujeitando o infrator às penalidades previstas na Lei no 8.078, de 1990, as seguintes condutas:

[...]

VII - atribuir preços distintos para o mesmo item; (BRASIL, 2006)

Sobre o tema em 20 de junho de 2017 foi apresentado à Câmara dos Deputados o projeto de Lei 7914/2017⁷ pelo Deputado Federal Marcelo Squassoni, cuja ementa previa: “Dispõe sobre a obrigatoriedade de cobrar o mesmo valor de entrada, bem como qualquer tipo de consumação em eventos, boates e similares para homens e mulheres, sem fazer distinção de sexo, gênero ou identidade.” (BRASIL, 2017). Previa o projeto:

Art. 1.º É vedada a diferenciação de preço para a entrada, bem como a consumação em eventos, boates e similares com base em sexo, gênero ou identidade.

Art. 2º O descumprimento do disposto no Art. 1º desta lei sujeita o infrator à multa de até 500 vezes o valor do maior ingresso, interdição e cassação da licença do estabelecimento ou atividade. (BRASIL, 2017)

Porém, em 31 de janeiro de 2019, tal projeto foi arquivado sob o fundamento do art. 105 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados⁸ - foi devolvido sem a apreciação por várias comissões. Novamente o desinteresse demonstra falta de avanço no sentido de concretização de valores constitucionais.

⁷ Impende mencionar aqui a justificativa do projeto: “Não é novidade a grande diferença do preço dos ingressos masculinos e femininos em festas e eventos. Há duas justificativas principais para exigir preços iguais. A primeira está na Constituição Federal: Homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações. A segunda é que a prática é abusiva, por desrespeitar alguns pontos do Código de Defesa do Consumidor; como exigir “vantagem” do consumidor e cobrar preços diferentes pelo mesmo produto. Ainda não há consenso entre os órgãos de defesa do consumidor sobre a questão. Também não existe uma lei clara que proíba essa prática. Esse projeto foi elaborado pelos estudantes de direito da UnB Roberto Casali Junior e Lorena Rodrigues Lisboa.” (BRASIL, 2017).

⁸ “Art. 105. Finda a legislatura, arquivar-se-ão todas as proposições que no seu decurso tenham sido submetidas à deliberação da Câmara e ainda se encontrem em tramitação, bem como as que abram crédito suplementar, com pareceres ou sem eles, salvo as: I - com pareceres favoráveis de todas as Comissões; II - já aprovadas em turno único, em primeiro ou segundo turno; III - que tenham tramitado pelo Senado, ou dele originárias; IV - de iniciativa popular; V - de iniciativa de outro Poder ou do Procurador-Geral da República. Parágrafo único. A proposição poderá ser desarquivada mediante requerimento do Autor, ou Autores, dentro dos primeiros cento e oitenta dias da primeira sessão legislativa ordinária da legislatura subsequente, retomando a tramitação desde o estágio em que se encontrava.” (BRASIL, 1989).

Não obstante, defende-se aqui o posicionamento de que, no ordenamento jurídico brasileiro, não somente a Constituição Federal, como também a legislação infraconstitucional (notadamente o Código de Defesa do Consumidor, o Decreto 5.903/2006 e a Nota Técnica do Ministério da Justiça) apresentam dispositivos que justificam a proibição à discriminação na cobrança do valor de entrada em razão do sexo do consumidor e infelizmente tal vedação depende da edição de lei para sua imposição e da fiscalização por parte dos órgãos de defesa do consumidor para sua concretização.

Como forma de prover uma visão externa e fortalecer os argumentos aqui apresentados, será feita uma breve exposição do tema em sede de Direito Comparado – em especial na União Europeia.

4 A PROIBIÇÃO À DISCRIMINAÇÃO DE PREÇOS DIFERENCIADOS EM RAZÃO DO GÊNERO NA UNIÃO EUROPEIA.

Como forma de melhorar as ideias aqui propostas, além de servir de fonte de consulta para o Direito pátrio impende que sejam feitas considerações acerca do tratamento do tema no Direito Comparado, em especial na União Europeia (que possui um dos sistemas mais avançados em sede de proteção ao consumidor).

Inicialmente merece menção à organização jurídica da União Europeia. Essa entidade é uma União política e econômica de Estados independentes. Os principais órgãos são: o Conselho Europeu (órgão máximo), Comissão Europeia, Parlamento Europeu, Tribunal de Justiça (com sede em Haia). Utiliza-se moeda única em seus Estados membros que instituíram um mercado comum. A legislação oriunda da União tem força obrigatória a todos os nacionais e residentes dos seus países membros, independente de regulamentação por cada Estado membro.

Sobre as discriminações de consumidores, importante mencionar a Diretiva 113/2004 que aplica o princípio da igualdade de tratamento entre homens e mulheres no acesso a bens e serviços e seu fornecimento. A seguir alguns trechos da Diretiva, traduzidos pelo próprio sítio da União Europeia:

(...) (3) Ao mesmo tempo que se proíbe a discriminação, é importante respeitar outros direitos e liberdades fundamentais, designadamente a protecção da vida privada e familiar e das transacções efectuadas neste contexto, bem como salvaguardar a liberdade de religião

(...)

(9) A discriminação em função do sexo, incluindo o assédio e o assédio sexual ocorrem igualmente em áreas fora do mercado de trabalho. Este tipo de discriminação pode ser igualmente nocivo, agindo como obstáculo à plena e bem sucedida integração dos homens e das mulheres na vida económica e social.

(...)

(13) A proibição de discriminação é aplicável a pessoas que fornecem bens ou prestam serviços disponíveis ao público e oferecidos fora do domínio da vida privada e familiar e das transacções efectuadas neste contexto. Não deve ser aplicada ao conteúdo dos meios de comunicação ou da publicidade nem ao ensino público ou privado.

(14) Qualquer pessoa goza de liberdade contratual, nomeadamente da liberdade de escolher o outro contraente para uma transacção. Quem forneça bens ou preste serviços pode ter razões subjectivas para a escolha do outro contraente. Desde que essa escolha não se baseie no sexo, a presente directiva n

(15) As diferenças de tratamento só podem ser aceites se forem justificadas por um objectivo legítimo. Pode considerar-se um objectivo legítimo, por exemplo, a protecção de vítimas de violência relacionada com o sexo (em casos como o estabelecimento de centros de acolhimento para pessoas do mesmo sexo), motivos de privacidade e decência (em casos como o fornecimento de alojamento por uma pessoa numa parte da sua própria casa), a promoção da igualdade dos sexos ou dos interesses de homens e mulheres (por exemplo, organizações voluntárias de pessoas do mesmo sexo), a liberdade de associação (por exemplo, clubes privados reservados a pessoas do mesmo sexo) e a organização de actividades desportivas (por exemplo, acontecimentos desportivos para pessoas do mesmo sexo). Qualquer limitação deve, no entanto, ser adequada e necessária de acordo com os critérios decorrentes da jurisprudência do Tribunal de Justiça das Comunidades Europeias.

A diretiva autoriza a discriminação em carácter excepcional, como por exemplo, na contratação de seguro de vida. Porém frisa-se que a diferenciação deve estar fundada em carácter objetivos e não deve ferir preceitos legais. Porém, em âmbito jurisprudencial, em 2011, o Tribunal de Justiça da União Europeia entendeu inválida a discriminação no caso de seguro de vida, caindo por terra esse permissivo discriminatório.

Assim, percebe-se que em âmbito Europeu há uma tendência concretizada na diretiva – de coibir discriminações entre consumidores em razão do gênero.

5 CONCLUSÃO

A interpretação concretista do princípio da isonomia, no sentido de permitir desigualdades desde que compatíveis com o texto constitucional e com os valores do ordenamento jurídico vigente não admite discriminações de cunho abusivo – ou seja, aquelas que não resguardam fundamentos objetivos para sua criação ou utilização.

Entende-se que a cobrança diferenciada fere vários preceitos fundamentais elencados no texto constitucional como a igualdade, a justiça, a dignidade da pessoa humana e os valores sociais da livre iniciativa.

Foi demonstrado nesse texto em diversos momentos que a legislação brasileira adota dispositivos que proíbem a discriminação infundada entre consumidores. Essa proibição é oriunda do caráter público das normas ditas consumeristas enquanto protetivas da coletividade como um todo. Ainda em sede de direito nacional foi comentado sobre o Projeto de Lei 7.914/2017 que visava dispor sobre a diferenciação na cobrança do valor de entrada e consumação em bares e restaurantes em razão do sexo do consumidor. Porém tal projeto não se transcendeu a se formar uma Lei e foi arquivado, demonstrando, na visão desse artigo um retrocesso no que concerne ao tema.

E para reforçar as ideias aqui defendidas também foi utilizada uma breve análise em sede de direito comparado demonstrando que a União Europeia já se manifestou no sentido de proibir a discriminação entre consumidores através da diretiva 113/2004.

Assim, o Direito do Consumidor deve caminhar no mesmo sentido da proteção constitucional dos Direitos Fundamentais e deve garantir o fim dessa prática mercadológica com fins meramente comerciais e abusivos.

REFERÊNCIAS

BRASIL, Câmara dos Deputados, **Resolução n. 17, de 1989 (Regimento Interno da Câmara dos Deputados)**. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/legislacao/regimento-interno-da-camara-dos-deputados/arquivos-1/RICD%20atualizado%20ate%20RCD%206-2019.pdf>. Acesso em: 30 mai. 2019.

BRASIL, Código de Defesa do Consumidor, **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm. Acesso em: 20 set 2018.

BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil (1988)**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 20 set 2018.

BRASIL, **Decreto 5.903, de 20 de setembro de 2006**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5903.htm. Acesso em: 07 maio 2019.

BRASIL, Câmara dos Deputados, **Projeto de Lei n. 7914/2017**. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2141937>. Acesso em: 30 mai. 2019.

BRASIL, Ministério da Justiça e Segurança Pública. **Nota técnica nº 2/2017**, disponível em: <https://www.justica.gov.br/news/diferenciacao-de-precos-em-funcao-de-genero-e-ilegal/nota-tecnica-2-2017.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2019.

MELLO, Celso Antonio Bandeira de. **Conteúdo jurídico do princípio da igualdade**, Ed. Malheiros, 1993, p. 54.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 12. ed. – São Paulo : Saraiva Educação, 2018.

PAULO, Vicente; ALEXANDRINO, Marcelo. **Direito Constitucional Descomplicado**. 16 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017.

UNIÃO EUROPEIA, **DIRETIVA 2004/113/CE** – Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004L0113&from=PT>. Acesso em: 08 maio 2019

UNIÃO EUROPEIA, **A proteção dos direitos fundamentais na União**. Disponível em: <http://www.europarl.europa.eu/about-parliament/pt/democracy-and-human-rights/fundamental-rights-in-the-eu>. Acesso em 25 maio 2019.