



FUNDAÇÃO PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS DE UBÁ

FACULDADE DE DIREITO

2019

**DISTINÇÃO DE GÊNEROS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO: UMA ANÁLISE SOBRE A
COBRANÇA DIFERENCIADA DE PREÇOS PARA HOMENS E MULHERES NA
ENTRADA DE EVENTOS**

Thayna Costa Assunção – thaynacostaassuncao@yahoo.com.br¹

Missael Pinto Zampier - zampiermissael@gmail.com²

RESUMO: o presente artigo visa apresentar as violações principiológicas e as implicações negativas advindas da diferenciação dos valores de ingressos cobrados entre mulheres e homens na entrada de eventos. Para tanto, a pesquisa demonstra a diferença de gêneros existente atualmente na relação consumerista que coloca a figura feminina em uma posição de inferioridade, tratando-a um objeto com o único propósito de auferir lucros através da exposição de sua figura na divulgação dos eventos. Será elucidado ainda que tal prática configura uma prática comercial abusiva, a qual, de acordo com o regramento consumerista, gera a nulidade absoluta do ato correspondente, além de ferir vários princípios do Ordenamento Jurídico, bem como fazendo com que o homem acabe pagando a mais em razão da compensação de valores. Ainda, o estudo traz à baila, em breves linhas, a nota técnica expedida pelo Ministério da Justiça e Segurança Pública, através da qual se recomenda a cessação de tal conduta abusiva em todo o país, entretanto, ainda é muito discutida por lhe falar o caráter impositivo, sendo necessária, assim, a tipificação de tal matéria na seara consumerista, de forma a coibir a permanência da citada prática lesiva no mercado de consumo.

Palavras-chave: direito do consumidor; princípio da isonomia; distinção de gêneros; prática abusiva; ilegalidade.

ABSTRACT: this article aims to present the principled violations and the negative implications arising from the differentiation of the ticket values charged between women and men at the entrance of events. To this end, the research demonstrates the gender difference that currently exists in the consumerist relationship that puts the female figure in an inferior position, treating it as an object with the sole purpose of making profits by exposing its figure in the dissemination of events. It will be further clarified that such practice constitutes an abusive commercial practice, which, according to the consumerist rule, generates the absolute nullity of the corresponding act, in addition to violating various principles of the legal system, as well as causing the man to end up paying the most. due to value compensation. Still, the study brings up, briefly, the technical note issued by the Ministry of Justice and Public Security, which recommends the cessation of such abusive conduct throughout the country, however, is still much discussed for telling you the imposing character, being necessary, therefore, the typification of such matter in the consumerist area, in order to curb the permanence of the said harmful practice in the consumer market.

Key-words: consumer law; principle of isonomy; gender distinction; abusive practice; illegality.

1 Graduanda do décimo período em Direito pela Fundação Presidente Antônio Carlos (FUPAC), Ubá/MG.

2 .Professor orientador. Graduado em Direito pela Fundação Presidente Antônio Carlos (FUPAC), Ubá/MG. Professor de Direito do Trabalho, Direito do Consumidor, Direito Ambiental e Conciliação, Mediação e Arbitragem da Fundação Presidente Antônio Carlos (FUPAC), Ubá/MG.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho cuidou de analisar a distinção de gênero na seara consumerista, realizando um estudo acerca da ilegalidade da cobrança diferenciada de preços entre homens e mulheres na entrada de eventos, bares, casas de *shows*, entre outros locais onde tal prática possa vir a ocorrer.

Para tanto, o estudo foi dividido em cinco títulos. O primeiro traz a evolução histórica do direito do consumidor, estabelecendo uma abordagem de como esse ramo do direito foi evoluindo até os dias atuais, destacando também suas peculiaridades.

No segundo capítulo podem ser encontrados os princípios constitucionais aplicáveis às relações de consumo, bem como aqueles que, conforme será demonstrado, vêm sendo afetados negativamente com a prática da cobrança de valores diferentes entre homens e mulheres.

Após, no terceiro tópico, é feita uma breve exposição dos sujeitos da relação de consumo, consumidor e fornecedor, com destaque para a característica principal do consumidor nesta seara, que é sua vulnerabilidade frente ao fornecedor de produtos e serviços. Neste capítulo foi feita ainda uma abordagem sobre as práticas abusivas no mercado do consumo, e como a legislação trata do tema, notadamente em relação a condutas discriminatórias dos fornecedores, frente ao tema em estudo.

No último capítulo, o estudo, de acordo com os subsídios apresentados, demonstra ilegalidade da discriminação de gêneros nas relações de consumo, com a prática da cobrança de preços diferenciados nas entradas de eventos. São elucidadas as ofensas aos princípios constitucionais e consumeristas, a exemplo do princípio da dignidade da pessoa humana e o da vedação às práticas abusivas, enfatizando que o assunto ainda não foi pacificado, estando a questão ainda pendente de julgamento pelo Supremo Tribunal Federal, até a data da conclusão deste estudo.

A pesquisa adotou a forma de abordagem de modo qualitativo, interpretando o fenômeno da discriminação de gêneros no mercado de consumo e atribuindo significados aos institutos afins. Quanto ao objetivo, utilizou-se o método exploratório, com vistas a tornar explícita a prática abusiva cometida por fornecedores neste particular. E, por fim, o procedimento de coleta de dados utilizado foi o bibliográfico, valendo-se para tanto um estudo a partir da consulta de doutrinas, jurisprudências, artigos científicos e artigos *online*.

1 - EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

Para que se consiga analisar e compreender o tema central desta pesquisa é necessário que se trace uma breve linha sobre a evolução histórica do direito do consumidor, até os tempos hodiernos.

Importante destacar inicialmente que o objetivo maior do direito consumerista é regular as relações jurídicas entre os fornecedores e os consumidores, através de um conjunto de normas que defendem e protegem a pessoa física ou jurídica vulnerável, que adquire bens de consumo, sejam serviços ou produtos.

No Império Babilônico, como forma de proteção ao famoso “freguês”, eram aplicadas punições aos fornecedores que trouxessem prejuízos a eles; o código de Hamurabi, que data do século XVIII a.C., continha dispositivos de proteção aos consumidores nas fraudes com grãos, metais, entre outros, sendo as punições sempre severas.

Há também registros que os interesses dos consumidores estavam na Mesopotâmia, Índia e no Egito antigo no século XVIII a.C., locais cujo código de Massu eram aplicados prevendo pena de multa e punição, ressarcimento de danos aos que adulterasse gêneros, ou não cumprisse com o que foi acordado.

Com o passar do tempo, a partir do século XVIII adveio a Revolução Industrial, trazendo inovações e modificações nas relações de consumo. A partir da década de 1950 o Brasil começou a participar mais ativamente da Revolução, e o país começou a crescer cada vez mais, porém não havia um equilíbrio entre as partes na relação de consumo.

Entretanto, somente ao término do século XX e no começo do XXI iniciou a construção de outra realidade do consumidor, visto que as pressões sociais começaram a se constituir, e com a promulgação do CDC se deu o fim do desespero na luta pela proteção dos consumidores, com a criação de um sistema de equilíbrio comercial e social, onde o dever de proteção ficou sobre responsabilidade do Estado.

No Brasil, foi a Constituição Federal de 1988 que trouxe ao patamar objetivo os anseios da sociedade pós-regime militar e foi este contexto que fez surgir um direito do consumidor sistematizado.

Após, em 11 de setembro de 1990, foi promulgado o Código de Defesa do Consumidor - CDC, norma relativamente nova no âmbito jurídico nacional, sendo certo que, até atingir o status que se encontra atualmente, foram longos anos de aperfeiçoamento a fim de se chegar ao denominador comum que atendesse de fato as necessidades do consumidor, peça mais vulnerável na relação de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor representou o marco substancial na ordem jurídica, trazendo inovações ao direito brasileiro, principalmente pelo fato de que, antes de sua elaboração e vigência, nas relações de consumo eram aplicadas as regras originárias do Código Civil, conforme afirma Gama (2000, p. 169):

No CDC estão às três fases da Defesa do Consumidor: a fase repressiva, pelas punições a que estão sujeitos os infratores das suas normas e de todas as demais normas de proteção ao

consumidor (arts. 56 e 61 do CDC). A fase indenizatória, pelas reparações previstas no inciso VI do 6º e pelas normas que vedam as cláusulas de “não indenizar” ou atenuem a obrigação de reparar monetariamente qualquer dano (art. 25 e nº I do art. 51 do CDC). Por fim, a fase preventiva enunciada pelos demais incisos do art. 6º do CDC.

Além disso, o CDC inaugurou a fase preventiva valorizando seus instrumentos, que são as informações adequadas a respeito dos serviços e produtos, e as obediências às normas éticas por parte dos fornecedores. De outra forma, especializou as fases anteriores, a punitiva e indenizatória, adotando instrumentos mais seguros e eficazes para punir os maus fornecedores e permitir um ressarcimento mais rápido pelos danos sofridos.

Com a implantação do Código de Defesa do Consumidor surgiram inovações no Ordenamento Jurídico Nacional, demonstrando a intervenção do Estado nos assuntos relacionados ao consumo, trouxe avanços notórios, como proporcionou direitos na relação de consumo que não eram protegidos, atribuindo direitos fundamentais aos consumidores, e estabelecendo um equilíbrio na relação, impondo às partes obrigações e responsabilidades.

2– DOS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS APLICÁVEIS À MATÉRIA

2.1 - Dignidade da pessoa humana

O princípio da dignidade da pessoa humana é o princípio fundamental expresso no artigo 1º, III, da Constituição Federal de 1988, sendo oportuno destacar que foi a primeira constituição brasileira a reconhecer expressamente este princípio. Dispõe que é dever do Estado garantir dignidade à pessoa humana, pautando na segurança do exercício dos direitos sociais e individuais, da liberdade, da segurança e do desenvolvimento, da igualdade e da justiça.

O princípio da dignidade da pessoa humana também norteia as relações de consumo. De acordo com Rizzatto Nunes:

A dignidade da pessoa humana — e do consumidor — é garantia fundamental que ilumina todos os demais princípios e normas e que, então, a ela devem respeito, dentro do sistema constitucional soberano brasileiro. A dignidade garantida no caput do art. 4º da Lei n. 8.078/90 está, assim, ligada diretamente àquela maior, estampada no texto constitucional. Remetemos, pois, à leitura de nossos comentários ao princípio constitucional da dignidade da pessoa humana, aplicável tal e qual na órbita da Lei n. 8.078/90.”(NUNES, 2018, p. 45.)

Cabe ressaltar que esse princípio pode ser entendido como um princípio que coloca limites às ações do Estado, o qual deve tomar decisões considerando os interesses e o bem-estar dos cidadãos.

2.2 - Princípio da Isonomia

O significado de isonomia, como a morfologia esclarece – “Iso”, igual, e “nomia”, lei - é um princípio constitucional que define que todos são iguais perante as normas jurídicas, ou seja, o Estado deve tratar todos os cidadãos de forma igualitária, sem nenhuma distinção entre os gêneros.

Assim está expresso no artigo 5º, caput, da Constituição Federal vigente, *in verbis*:

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, nos termos seguintes(...). Depreende-se do mencionado dispositivo constitucional que é assegurada a igualdade a todos os cidadãos, sem distinção alguma.

Entretanto, tal princípio pode ser relativizado, pois em alguns casos a expressa determinação constitucional não assegura de fato as condições igualitárias de acesso, havendo ainda uma enorme discrepância de gêneros; nesse sentido, o tratamento deve ser igual para os iguais, e desigual para os desiguais, na medida de suas desigualdades.

José Afonso da Silva (1999, página 221) examina o preceito constitucional da igualdade como direito fundamental sob o prisma da função jurisdicional:

A igualdade perante o Juiz decorre, pois, da igualdade perante a lei, como garantia constitucional indissoluvelmente ligada à democracia. O princípio da igualdade jurisdicional ou perante o juiz apresenta-se, portanto, sob dois prismas: (1) como interdição ao juiz de fazer distinção entre situações iguais, ao aplicar a lei; (2) como interdição ao legislador de editar leis que possibilitem tratamento desigual a situações iguais ou tratamento igual a situações desiguais por parte da Justiça.

No artigo 5º, inciso I, da Constituição Federal reza que os homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações nos termos da Constituição, estabelecendo então a igualdade de gênero, buscando um tratamento isonômico entre os desiguais.

A diferença entre gêneros não deve ser um critério de discriminação, ou seja, essa diferença não deve ser a causa para que se reconheçam menos direitos ou mais obrigações a uma pessoa. A ideia é que por mais que existam pessoas diferentes, neste caso há diferença de gênero, essas particularidades devem ser levadas em consideração a fim de garantir que todas as pessoas tenham oportunidades para se desenvolver, com suas ações e vozes sendo valorizadas de forma igual.

Cabe ressaltar, que a igualdade de gênero é um dos pilares para a existência de uma sociedade justa, democrática e verdadeiramente igual, e para o surgimento dessa relação pessoal proba é necessário o reconhecimento de uma sociedade que sistematicamente discrimina mulheres por seu gênero e que a partir deste ponto estabeleça o compromisso de mudar essa situação.

A desigualdade de gêneros suscitada acima é latente e de grande proporção. Tal fato se comprova quando os números da inserção da mulher no mercado de trabalho são postos à mesa; ao traçar um comparativo com as oportunidades oferecidas ao sexo masculino se observa que as

mulheres possuem 26% menos chances do que os homens, e esse número é maior quando se trata da inserção aos postos de trabalho que necessitam da formação em um curso superior, sendo este número 41% a mais, conforme expôs a pesquisa realizada pela Organização Internacional do Trabalho (OIT).

Outro ponto que chama atenção ao tratar a desigualdade de gêneros está relacionado a distinção salarial entre homens e mulheres, isso porque, mesmo quando há o rompimento da barreira discriminatória e a mulher consegue sua inserção no mercado de trabalho ocupando o mesmo posto de um homem a renda pecuniária auferida por esta se demonstra ser bem inferior a ofertada ao indivíduo do sexo masculino, o que acaba por gerar uma violação do artigo 7º, XXX, da Constituição Federal, *in verbis*:

Art. 7º São direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem à melhoria de sua condição social:
XXX - proibição de diferença de salários, de exercício de funções e de critério de admissão por motivo de sexo, idade, cor ou estado civil;

Ante o exposto, resta evidente a discriminação com a qual a mulher vem sofrendo, seja ela no mercado de trabalho, ou no âmbito consumerista (tratado mais adiante no presente estudo) surgindo desta forma uma grande violação dos direitos inerentes ao gênero e resguardado pela Carta Magna,

2.3 Princípios da livre iniciativa e da livre concorrência

Livre Iniciativa e livre concorrência são os princípios basilares do mercado econômico, os quais garantem a intervenção mínima do estado na relação econômica estabelecida entre particulares, estando fundamentados pela Constituição em seus artigos 1º, IV e 170, nos seguintes termos:

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos: IV - os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa

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;

Como demonstrado, os referidos princípios possuem autonomia na sua aplicação, todavia, sua aplicação fica condicionada aos demais princípios, ou seja, a livre iniciativa e a livre concorrência poderá sofrer suas aplicações desde que, a partir de sua utilização não ocorra a violação dos princípios resguardados constitucionalmente pelas cláusulas pétreas, como a dignidade da pessoa humana e o princípio da isonomia, neste ponto dando enfoque a paridade entre os gêneros sexuais.

Por isso, tendo em vista garantir a pacificação e harmonização dos princípios constitucionais o Estado busca, através da elaboração normativa regulamentar os setores econômicos, determinando

um campo de atuação em que as partes podem desenvolver seus propósitos de forma livre, sem a intervenção estatal e sem violar os preceitos básicos garantidos pela carta magna.

Desta forma, a fim de embasar os fatos e fundamentos que serão apresentados no decorrer do presente trabalho importante se faz destacar que a livre iniciativa e concorrência é sim permitida pelo Estado, que regulamenta sua aplicação, buscando evitar que a relação entre os particulares venha a ferir princípios e garantias pétreas, gerando violação a direitos, fundamentos e garantias incorporadas aos indivíduos, terceiros, que compõem a relação indiretamente.

3 - PRÁTICAS ABUSIVAS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO E AS CLÁUSULAS DISCRIMINATÓRIAS

Para que se concretize uma relação de consumo se faz necessária a presença de dois sujeitos nessa relação, o consumidor e o fornecedor.

O Código de Defesa do Consumidor foi uníssono ao trazer em seu âmago a definição destes dois sujeitos primordiais para a relação consumerista. O artigo 2º do CDC estabelece a figura do consumidor da seguinte forma:

Art. 2º - Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Já em seu artigo 3º o CDC define a figura do fornecedor como sendo:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Estabelecida a relação consumerista surge a prerrogativa hipossuficiente do consumidor, desfrutando este de uma série de proteções em face do fornecedor, tendo em vista a sua capacidade fragilizada frente ao polo contrário da relação.

Tal prerrogativa é posta a cargo do consumidor buscando estabelecer entre as partes uma relação jurídica mais justa e isonômica. Dessa forma, a fim de estabelecer este equilíbrio na relação foram incorporados ao CDC outros dispositivos a fim de resguardar o consumidor e estabelecer uma paridade entre os polos da relação. Um exemplo que cabe ser destacado neste ponto se mostra presente no artigo 6º, IV que aduz sobre a vedação das práticas abusivas que possam vir a surgir na relação consumerista, descritas abaixo:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.

As práticas comerciais abusivas são comportamentos considerados desleais na relação de consumo, ou seja, são todas as condutas tendentes a ampliar a vulnerabilidade do consumidor. São comportamentos, tanto na esfera contratual quanto à margem dela, que abusam da boa-fé ou situação de inferioridade econômica ou técnica do consumidor.

Para Neves e Tartuce (2014, p. 276), as práticas abusivas encerradas pelo art. 39 são assim conceituadas:

Deve-se entender que constitui prática abusiva qualquer conduta ou ato em contradição com o próprio espírito da lei consumerista. Como bem leciona Ezequiel Moraes, “prática abusiva, em termos gerais, é aquela que destoa dos padrões mercadológicos, dos usos e costumes (incs. II e IV, segunda parte, do art. 39 e art. 113 do CC/2002) e da razoável e boa conduta perante o consumidor”. Lembre-se de que, para a esfera consumerista, servem como parâmetros os conceitos que constam do art. 187 do CC/2002: o fim social e econômico, a boa-fé objetiva e os bons costumes, em diálogo das fontes. Há claro intuito de proibição, pelo que enuncia o caput do preceito do CDC, a saber: “É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas”. Na esteira do tópico anterior, a primeira consequência a ser retirada da vedação é a responsabilidade objetiva do fornecedor de produtos ou prestador de serviços. Além disso, deve-se compreender o art. 39 do CDC como em um diálogo de complementaridade em relação ao art. 51 da mesma norma. Deve haver, assim, um diálogo das fontes entre as normas da própria Lei Consumerista. Nesse contexto de conclusão, se uma das situações descritas pelo art. 51 como cláusulas abusivas ocorrer fora do âmbito contratual, presente estará uma prática abusiva. Por outra via, se uma das hipóteses descritas pelo art. 39 do CDC constituir o conteúdo de um contrato, presente uma cláusula abusiva. Em suma, as práticas abusivas também podem gerar a nulidade absoluta do ato correspondente.

O Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 39, elenca as mencionadas práticas abusiva, sendo um rol meramente exemplificativo, trazendo situações ensejadoras do abuso do direito consumerista, *in verbis*:

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

Nesse sentido, o artigo 51, inciso IV do CDC, considera nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou seja, incompatíveis com a boa-fé ou equidade.

As cláusulas discriminatórias são consideradas aquelas que tratam de forma desigual ou injusta uma ou várias pessoas, em comparação com a maneira como as restantes são tratadas.

Na seara consumerista a prática de valores cobrados distintamente entre homens e mulheres na entrada de bares, festas, casas noturnas, restaurante entre outros estabelecimentos fere alguns princípios constitucionais (serão detalhados posteriormente), como demonstra em cores vivas uma forma de discriminação entre gêneros. Neste sentido, Laís Bergstein e José Roberto Trautwein sobre o assunto afirmam que:

“O Brasil, no entanto, ainda engatinha na percepção dos efeitos da discriminação no mercado de consumo, o que constitui um dos grandes desafios a serem vencidos no futuro. Embora a Constituição vede qualquer forma de discriminação (art. 3º, IV; 5º, XLI; 227, dentre outros da CF/1988), o tratamento discriminatório ainda é recorrente. A diferenciação de preços de entradas em casas de shows para homens e mulheres é um dos vários exemplos de práticas discriminatórias. Vale lembrar que o decreto 5.903/06, que regulamenta a lei 10.962, de 11 de outubro de 2004 e a lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, estabelece que: “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 8.078, de 1990, as seguintes condutas: [...] VII - atribuir preços distintos para o mesmo item. A habitualidade de algumas práticas abusivas faz com que a ilegalidade passe despercebida no dia a dia do consumidor brasileiro. Os avanços observados no âmbito do Direito da União Europeia são fonte de inspiração também para o ordenamento jurídico pátrio. Os temas lá debatidos logo tornam-se latentes no nosso território, o que motiva a sua análise aprofundada: a partir da observação experiência da União Europeia, que possui um dos sistemas de defesa do consumidor mais avançados do mundo, é possível extrair algumas lições também para o direito e o povo brasileiros.”(BERGSTEIN, TRAUTWEIN, 2017,N.p

Isto posto, além da determinação Constitucional em relação a igualdade entre homens e mulheres, o artigo 9º, VII, do Decreto n. 5.903, que regulamenta o CDC e a lei 10.962/2004, que dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor, proíbe a cobrança de valores distintos para o mesmo serviço ou produto no mercado de consumo, sendo tipificada tal prática na lei 8078/90, com as informações adequadas sujeitando ao infrator penalidades, cujo assunto será melhor tratado no próximo tópico.

4- A ILEGALIDADE DA DISCRIMINAÇÃO DE GÊNEROS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Como já abordado, a prática discriminatória entre as classes de gêneros é algo latente na cultura brasileira. Inegavelmente, ainda nos tempos hodiernos a mulher é vista como um objeto de exploração para os grandes empresários que usam da figura feminina para atrair a clientela masculina aos eventos que promovem, visando um aumento exponencial dos lucros auferidos na promoção das festas.

Diante da situação ora exposta, e objetivando elucidar e proporcionar a apresentação de caminhos para a reparação das violações constitucionais e das incongruências normativas causadas com a prática deste ato lesivo, o Ministério da Justiça e Segurança Pública, através da elaboração da nota técnica nº2/2017/GAB-DPDC/DPDC/SENACON, discorre sobre a ilegalidade de diferenciação de preços entre homens e mulheres nos bares, casas noturnas, restaurantes e demais estabelecimentos.

Por oportuno, registre-se que nota técnica é um documento elaborado por técnicos especializados em determinado assunto e é emitida quando verificada a necessidade de fundamentação formal ou até mesmo informal sobre determinada matéria, oferecendo alternativas para a tomada de decisões, não possuindo caráter impositivo.

A nota técnica em questão visa garantir a execução dos princípios constitucionais pétreos, e combater a discriminação de gêneros na relação consumerista, buscando harmonizar os princípios da dignidade da pessoa humana, bem como o princípio da isonomia, que não vêm sendo obedecidos quando trata-se da paridade entre homens e mulher na relação de consumo.

A nota técnica utilizou-se da fundamentação abordada pela MMª Juíza de Direito Caroline Santos Lima do Juizado Especial e do Centro Judiciário de Solução de Conflitos e Cidadania - CEJUSC de Brasília que mesmo proferindo decisão diversa encaminhou os autos para a promotoria de justiça e defesa do consumidor para apurar as ilegalidades narradas nos autos do processo, usando como fundamentação o seguinte exposto:

“Não há dúvida de que a diferenciação de preço com base exclusivamente no gênero do consumidor não encontra respaldo no ordenamento jurídico pátrio. Ao contrário, o Código de Defesa do Consumidor é bastante claro ao estabelecer o direito à ‘igualdade nas contratações’. Nessa linha, o Código de Defesa do Consumidor prevê a nulidade de cláusulas discriminatórias. E isso ocorre quando a legislação estabelece que são nulas, de pleno direito, as cláusulas contratuais que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada ou que sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade (art. 51, IV); que violem os princípios fundamentais do sistema jurídico (art. 51, IV, § 1º, I); assim como, quando declara nula a cláusula estabelecida em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor. Incontroverso que as pessoas são livres para contratarem, mas essa autonomia da vontade não pode servir de escudo para justificar práticas abusivas. Não se trata de um salvo conduto para o estabelecimento de quaisquer critérios para a diferenciação de preços. Com base nesse raciocínio, não é possível cobrar mais caro de um idoso ou de estrangeiros, por exemplo. Nessas situações o abuso seria flagrante e sequer haveria maiores discussões. Ocorre que no caso das mulheres a situação é ainda mais delicada, já que uma prática repetida há tanto tempo pode traduzir uma (falsa) aparência de regularidade, de conformidade. No entanto, felizmente, o tempo não tem o condão de convalidar nulidades de tal porte. Não é ‘porque sempre foi assim’ que a prática discriminatória haverá de receber a chancela do Poder Judiciário, pois o mau costume não é fonte do direito. De forma alguma. Ora, é incontestável que, independentemente de ser homem ou mulher, o consumidor, como sujeito de direitos, deve receber tratamento isonômico. Deste modo, a partir do momento em que o fornecedor faz a oferta de um produto ou de um serviço, deve oferecê-lo a homens e mulheres de maneira igualitária, nas mesmas condições, salvo a existência de justa causa a lastrear a cobrança diferenciada com base no gênero. Fato é que não pode o empresário fornecedor usar a mulher como ‘insumo’ para a atividade econômica, servindo como ‘isca’ para atrair clientes do sexo masculino para seu estabelecimento. Admitir-se tal prática afronta, de per si, a dignidade das mulheres, ainda que de forma sutil, velada. Essa intenção oculta, que pode travestir-se de pseudohomenagem, prestígio ou privilégio, evidentemente, não se consubstancia em justa causa para o discrimen. Pelo contrário, ter-se-á ato ilícito.

Nesse sentido, tomando como base a fundamentação da magistrada acima e todos os pontos abordados pela nota técnica em questão resta evidente que a diferenciação de preços entre homens e mulheres viola severamente o princípio da dignidade da pessoa humana e da isonomia, uma vez que, imposta a diferenciação pecuniária entre os gêneros, o que se demonstra latente é uma exposição exorbitante da figura feminina, sendo esta colocada como um objeto de marketing, um insumo para atrair os indivíduos do sexo masculino. Coadunado com o exposto, Arthur Luís Mendonça Rollo, traz o seguinte entendimento:

“Não existe relação lógica entre o sexo feminino e a isenção do pagamento de entrada ou entre a concessão de desconto. Trata-se de estratégia de marketing, que visa a atrair maior público, mas configura prática comercial abusiva, porquanto a própria Constituição Federal veda distinções que levem em consideração o sexo, ressaltando as hipóteses em que as discriminações são lícitas no seu próprio bojo. Na verdade, o ônus da não cobrança da entrada ou do desconto concedido às mulheres está sendo repassado aos homens, que acabam pagando por elas. Não existe justificativa jurídica para essa prática. Muito ao contrário, a Constituição Federal veda-a expressamente.”(Arthur Luís Mendonça Rollo, Obra citada, editora Atlas, 2011, p. 151.)

Ademais, muito se discute que a intervenção estatal na regulação dos valores acaba por violar o princípio da livre iniciativa comercial, isso porque, para os empresários, a prática de tal ato se torna uma intervenção abusiva do Estado, que interfere diretamente no mercado econômico, uma vez que, a medida reguladora acarretaria em uma drástica diminuição dos lucros auferidos com a comercialização dos ingressos para festas.

Todavia, a referida intervenção pelo Estado dentro do cenário nacional se demonstra totalmente coerente e necessária, uma vez que, a utilização de cobranças diferenciadas para os gêneros fere os princípios constitucionais pétreos da dignidade humana e da isonomia. Dessa forma, tomando como base os ensinamentos constitucionais, nenhum princípio basilar pode se sobrepor ao outro, devendo todos serem utilizados em perfeita constância e harmonia, sendo assim, a intervenção nos preços distintos para homens e mulheres é de extrema importância, isso porque, tal interferência do Estado busca colocar em grau de paridade os limiares constitucionais, proporcionando à figura feminina, hoje posta em uma situação exploratória, no posto que lhe é de direito, em grau de igualdade com todos os seus semelhantes.

Cabe salientar ainda que esse tipo de prática realizada no mercado possui viés discriminatório e abusivo, isso porque, uma vez ofertado a mulher um valor inferior ao do homem este acaba por cobrir na compra de seu ingresso, a quantia retirada do *ticket* ofertado ao sexo feminino, desse modo, os indivíduos do sexo masculino acabam por arcar com um valor muito superior ao que realmente seria o correto, cobrindo o que o empresário deixou de ganhar na cobrança ao público feminino. As pessoas são livres para contratarem, mas essa autonomia da vontade não pode servir de escudo para justificar práticas abusivas.

Atualmente, a nota técnica em questão esta valendo em todo o Brasil, salvo em São Paulo, onde o Juiz da 17ª Vara Federal Cível do estado concedeu liminar para suspender a exigência. A Advocacia-Geral da União recorreu da decisão.

O assunto é de grande repercussão, e o estudante de direito que interpôs a ação judicial no juizado especial contra uma produtora de festas, teve seu pedido indeferido em duas fases processuais, e após as duas perdas interpôs recurso extraordinário no Supremo Tribunal Federal perante uma turma recursal, que até o momento está aguardando julgamento.

A fim de efetivar a normatização do tema o deputado federal Marcelo Squassoni (PRB/SP), apresentou no ano de 2017, perante a Câmara dos Deputados o projeto de lei número 7914/2017, todavia, a tentativa do parlamentar foi frustrada, tendo sido seu projeto arquivado.

É latente a necessidade de se normatizar o tema da diferenciação dos valores cobrados para homens e mulheres no âmbito nacional. A nota técnica divulgada não foi suficiente para sanar o problema, pelo motivo que ela não tem um caráter impositivo, somente uma lei seria eficaz para regularizar tal situação. A criação de uma lei específica sobre o tema acalmaria as discussões acirradas travadas hoje na seara jurídica, além de servir como fonte de aplicação para toda extensão territorial, não podendo nenhum Estado se eximir da aplicação de paridade entre os gêneros.

Em conformidade com a nova legislação os órgão de defesa do consumidor deveriam ser mais severos e rigorosos com a fiscalização e com a aplicação de multas nos casos em que houvesse a violação de tal pressuposto normativo, além da aplicação de outras penalidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do exposto neste trabalho, foi possível observar que a mulher foi colocada em um patamar de inferioridade na relação de consumo, sendo usada como forma de propaganda para atrair o sexo masculino para comparecer em determinados estabelecimentos, lesando o princípio da dignidade da pessoa humana previsto no ordenamento jurídico, dentre outros que foram tratados no estudo em tela.

Essa distinção na cobrança de ingressos com valores diferentes prejudica o homem, de tal forma que este acaba por pagar o valor da mulher implicitamente, não sendo uma relação justa de consumo.

Cabe esclarecer que o Estado não deve intervir nas relações privadas, em razão da autonomia e do direito de liberdade dos cidadãos, porém, quando a relação fere bruscamente os princípios constitucionais o Estado tem o condão de intervir e regulamentar a situação conflituosa.

O tema do estudo em questão ainda está em discussão, não havendo um entendimento pacificado do Supremo Tribunal Federal, e, diante de tal situação, os demais tribunais ainda não têm um seguimento base para poder se apoiar. A nota técnica divulgada veio como forma de sanar este problema, todavia, esta ainda não se tornou lei, sendo assim ainda não há caráter impositivo, de forma que os estabelecimentos se recusam a cumprir alegando que o Estado está interferindo diretamente na relação privada, o que, como visto, não merece prosperar.

Dessa forma, com demonstrado no presente artigo, a saída mais viável para solucionar o problema aqui posto é a elaboração de uma lei que verse sobre o tema discutido. A partir desta criação serão estabelecidas regras que devem ser acatadas por todos, de forma obrigatória. Logo, há que se falar na fiscalização por parte do órgão de proteção ao consumidor de forma severa no intuito de

causar um cumprimento por parte de todos os fornecedores, e caso ocorrer o descumprimento da lei impostai, fixar multas e outras penalidades até que essas práticas abusivas sejam sanadas e banidas do mercado de consumo nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADELUNGUE, Giselle Ferreira. Aspectos gerais da relação de consumo e órgão da defesa do consumidor à luz do código de defesa do consumidor, 2015. Disponível em: <<http://repositorio.uscs.edu.br/bitstream/123456789/738/2/MONOGRAFIA%20CORRIGIDA%2025-11-15.pdf>>. Acesso em: 11 nov 2019

ALVES, Britto Alves. As praticas abusivas nas relações de consumo, 2018. Disponível em: <<http://fdci.br/wp-content/uploads/2019/07/LARISSA-BRITTO-ALVES.pdf>>. Acesso em: 11 nov 2019

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, Senado, 1988.

COUTO, Rafael. Do princípio da isonomia e da igualdade, 2015. Disponível em: <<https://rafaghovatto.jusbrasil.com.br/artigos/325917477/do-principio-da-isonomia-e-da-igualdade>>. Acesso em: 07 nov 2019

DONIZETTI, Elpidio. Princípio da dignidade da pessoa humana, 2012. Disponível em: <<https://elpidiodonizetti.jusbrasil.com.br/artigos/121940203/principio-da-dignidade-da-pessoa-humana-art-6-do-projeto-do-novo-cpc>>. Acesso em: 07 nov 2019

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA, nota técnica nº2/2017/GAB-DPDC/SENACon, Brasília, 2017, 7 p

MIRANDA, Maria Bernadete. Os princípios consagrados no código de proteção e defesa do consumidor, 2017. Disponível em: <<http://estadodedireito.com.br/os-principios-consagrados-no-codigo-de-protecao-e-defesa-consumidor1>>. Acesso em: 07 nov 2019

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto, O princípio constitucional da dignidade da pessoa humana, p. 45.

NUNES, Rizzatto. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor, 8ª edição.. [Minha Biblioteca].

Obtido de <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502616288/>