

VITÓRIA GABRIELLE MENDES DE ASSIS

**A PRÁTICA DA PINK TAX SOB A ÓTICA DO DIREITO CONSUMIDOR: UMA
ANÁLISE JURÍDICA**

Resumo Expandido apresentado à Afya de Ji-Paraná, para obtenção de grau na disciplina Trabalho de Conclusão – Projeto de Pesquisa, em Direito.

Prof. Orientador: Alisson Henrique
Gonçalves Rosário.

Ji-Paraná
2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação - CIP

A848p Assis, Vitória Gabrielle Mendes de.

A prática da Pink Tax sob a ótica do direito consumidor: uma análise jurídica. / Vitória Gabrielle Mendes de Assis. – Ji-Paraná, 2025.

7 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Direito) – Afya Centro Universitário Ji-Paraná, 2025.

Orientador: Prof. Esp. Alisson Henrique Gonçalves Rosário.

1. Pink Tax. 2. Direito do consumidor. 3. Mercado. 4. Gênero.
I. Rosário, Alisson Henrique Gonçalves. II. Título.

CDU 34:336.2

A Prática Da Pink Tax Sob A Ótica Do Direito Consumidor: Uma Análise Jurídica

Vitória Gabrielle Mendes de Assis¹, Alisson Henrique Gonçalves Rosário²,

¹ Acadêmica do 8º período do Curso de Direito, Centro Universitário Afya - JPR, Ji-Paraná, RO, Brasil. E-mail: vitoriaroh2017@gmail.com.

² Professor orientador, Especialista em Direito em Direito e Processo do Trabalho pela Universidade de Santa Cruz do Sul, (2020), Bacharel em Direito pelo Centro Universitário Luterano de Ji-Paraná, (2017). E-mail: alisson.rosario@saolucasjiparana.edu.br.

1. Introdução

A busca pela igualdade de gênero é vivenciada em uma infinidade de contextos sociais e econômicos, revelando desafios persistentes mesmo em tempos modernos. No âmbito do consumo, manifesta-se uma prática conhecida como "Pink tax" ou "taxa rosa" que está relacionado com a discriminação liderada pelo mercado, levando os produtos femininos (ou aqueles projetados especificamente para elas) a custarem mais do que as versões equivalentes masculinas mesmo quando esses itens são idênticos ou muito similares aos oferecidos para homens ou ao público em geral.

Portanto, a Pink Tax é exposta como um tipo de discriminação de gênero menos conhecido, que impõe barreiras à independência econômica das mulheres e reforça as desigualdades sociais. A "Pink Tax" é o exemplo perfeito de uma discriminação de gênero que ocorre sem que quaisquer novas leis reais sejam efetivadas e aparece no comércio cotidiano, pagando mais por praticamente os mesmos produtos, as mulheres absorvem uma penalidade adicional simplesmente por estarem no lado receptor de certas táticas de marketing e perpetuando a disparidade econômica já existente, como diferenças salariais ou de tipo de bens adquiridos. A questão levanta até mesmo a pergunta de como o gênero ainda define a produção, fabricação e precificação de produtos. Ao estabilizar essa diferença, o mercado perpetua estereótipos e mina a autonomia dos consumidores em clara violação dos princípios básicos de relações comerciais justas.

Assim, este estudo visa analisar criticamente a prática da Pink Tax e suas implicações socioeconômicas sobre as mulheres, além de explorar as ferramentas

legais disponíveis e medidas que podem ser tomadas para prevenir essa discriminação oculta.

2. Materiais e métodos

É fundamental compreender essa prática sob outras perspectivas teóricas e jurídicas, portanto, tal pesquisa foi realizada com base em bibliografias. Livros, documentos científicos, leis e relatórios jurídicos, bem como publicações acadêmicas sobre o tema da discriminação de preço baseada em gênero, foram selecionadas as abordagens jurídica e social para examinar esse fenômeno.

A análise de dados baseou-se na análise de conteúdo, permitindo a definição de categorias temáticas referentes aos efeitos econômicos e sociais da Pink Tax e quais são as respostas do sistema legal brasileiro para tal prática. Essa técnica possibilitou um rico entendimento dos fatores que sustentam a precificação diferenciada, seus efeitos nos consumidores e lacunas na legislação vigente.

Além disso, foi levada em consideração uma pesquisa com a perspectiva de interseccionalidade para investigar como as desigualdades de gênero se intersectam com as de raça e classe social. Portanto, o estudo pretendeu combinar ensinamentos legais e sociais para oferecer uma análise completa e crítica do fenômeno da Pink Tax aplicado ao Brasil.

3. Resultados e Discussões

A revisão da literatura apontou que a Taxa Rosa configura uma atividade discriminatória no setor de consumo, resultando em valores mais elevados para bens e serviços voltados ao público feminino. Pesquisas indicam que essa abordagem ajuda a manter as desigualdades de gênero e econômicas, afetando diretamente a capacidade de compra e a autonomia financeira das mulheres.

Verificou-se que, no Brasil, não há legislação específica que proíba claramente a diferença de preços com base no gênero, embora o Código de Defesa do Consumidor ofereça ferramentas legais para enfrentar ações abusivas. Outro aspecto frequentemente mencionado foi a relevância de iniciativas públicas e

esforços sociais para a vigilância, educação e contenção de tal comportamento foi mencionada com frequência, questões relativas à transparência de preços, equidade de uso e proteção contra discriminação aparecem de maneira constante nas análises feitas.

No âmbito legal, observou-se que a Justiça tem sido chamada a debater práticas consideradas abusivas e a interpretar o Código de Defesa do Consumidor com base nos princípios constitucionais da igualdade e da dignidade da pessoa humana, enfatizando a urgência de regras mais definidas e protetivas.

4. Considerações finais

Este estudo examinou a Pink Tax, destacando como a precificação específica por sexo perpetua disparidades presentes na nossa sociedade. Essa prática acaba cobrando um valor extra das mulheres e ajuda a manter estereótipos ligados aos papéis tradicionais de gênero. Do ponto de vista legal, embora o Código de Defesa do Consumidor garanta direitos iguais e dignidade, esses dispositivos têm se mostrado insuficientes para acabar com a pink tax, o que reforça a necessidade de regras específicas para combater essa prática.

A análise interseccional revelou que grupos mais vulneráveis, como mulheres negras de baixa renda, são os mais afetados, destacando a importância de políticas públicas que enfrentem várias formas de discriminação ao mesmo tempo. Apesar dos obstáculos, essa pesquisa ajuda a ampliar o debate sobre igualdade de gênero no consumo e aponta falhas na legislação e na fiscalização.

Conclui-se que a pink tax não é apenas uma prática abusiva, mas uma forma de discriminação econômica que viola direitos e exige ações concretas para ser combatida.

5. Referências

ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. **Direito do consumidor: coleção esquematizado**. 12. ed. São Paulo: Saraivajur, 2024.

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Thomson

Reuters Brasil, 2013.

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor. 7. ed.** São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2016.

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor. 9. ed.** São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF: Senado 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 1 set. 2025.

BRASIL. Lei n. 5172, de 25 de outubro de 1966. **Código Tributário Nacional.** Brasília, DF, 1966. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5172compilado.htm#art218. Acesso em: 1 set. 2025.

BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor.** Brasília, DF, 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 1 set. 2025.

BRASIL. **Projeto de lei n. 950, de 2021. Institui a Semana Nacional de Mobilização, Conscientização e Estimulo à adoção da Campanha contra o Imposto Rosa, a ser celebrada anualmente na semana que compreender o dia 15 de abril. Senado Federal.** Santa Catarina, 2021. Disponível em: https://legis.senado.leg.br/sdleg_getter/documento?dm=8941887&disposition=inline. Acesso em: 1 set. 2025.

COLLINS, Patricia Hill; BILGE, Sirma. **Interseccionalidade.** Tradução: Rane Souza. São Paulo: Boitempo, 2020.

CRENSHAW, Kimberlé Williams. **Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. Revista Estudos Feministas,** Los Angeles, set. 2002.

FERNANDEZ, Brena Paula Magno; EHLERS, Ana Cristina. **Pink Tax: por que elas pagam mais do que eles?: uma interpretação à luz da economia feminista.** Florianópolis: Peregrinas, 2022. E-book Kindle.

FERNANDEZ, Brena Paula Magno; SILVA, Lara Pinheiro e. **Pink Tax: por que as mulheres pagam mais do que os homens pelos mesmos serviços? um estudo exploratório nas cinco maiores regiões metropolitanas do Brasil.** Revista Katálysis. 2024.

RICCO, Adriana Sartório; OLIVEIRA, Débora Binz. **A influência do marketing e o comportamento da consumidora no processo de compra de produtos com a taxa rosa.** Mitas - Espaço e Tempo Midiáticos, 2017.

RUEDIGER, Marco Aurélio. **Existe taxa rosa no Brasil?: incidência da discriminação de gênero em produtos no varejo online.** Rio de Janeiro: Fgv Dapp, 2020.

SAFFIOTI, Heleieth Iara Bongiovani. **Gênero, patriarcado, violência.** São Paulo: Expressão Popular, 2004.

SANTOS, José Alcides Figueiredo. **Classe social e desigualdade de gênero no Brasil.** Dados, [S. l.], v. 51, n. 2, p. 353-402, 22 ago. 2008.

SPC Brasil; Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL). **Mulheres fazem mais compras emocionais do que homens, aponta estudo do SPC Brasil.** CNDL, Brasília, 12 mar. 2013. Disponível em: <https://site.cndl.org.br/mulheres-fazem-mais-compras-emocionais-do-que-homens-aponta-spc-brasil/> . Acesso em: 20 set. 2025.