

RESUMO EXPANDIDO - GT2 - GÊNERO, SISTEMA DE JUSTIÇA E DIREITOS
HUMANOS

**O CUSTO DE SER MULHER: A TAXA ROSA COMO EXPRESSÃO DE
DESIGUALDADE DE GÊNERO NA SOCIEDADE DE CONSUMO SOB A
PERSPECTIVA JURÍDICA**

Anne Yasmim Oliveira Gomes (yasmimanneg@gmail.com)

Luiza Gizelle Teles Alves (gizelle_teles97@hotmail.com)

Lara De Castro Arruda (laradecastroa@gmail.com)

RESUMO

A sociedade de consumo contemporânea utiliza estratégias de segmentação mercadológica direcionadas a públicos específicos, entre elas a diferenciação de produtos e serviços com base no gênero. Nesse contexto, destaca-se a denominada Taxa Rosa (Pink Tax), caracterizada pela cobrança de preços superiores em produtos e serviços destinados ao público feminino, mesmo quando equivalentes aos voltados ao público masculino. O presente estudo tem como objetivo analisar a Taxa Rosa como expressão de desigualdade de gênero na sociedade de consumo sob a perspectiva jurídica, investigando suas implicações sociais e consumeristas à luz do ordenamento jurídico brasileiro. Para tanto, empregou-se o método dedutivo, com abordagem qualitativa e

pesquisa bibliográfica, fundamentada em doutrina, legislação e artigos científicos. Os resultados demonstram que a prática ultrapassa uma simples estratégia mercadológica, podendo reforçar desigualdades históricas ao impor às mulheres um custo adicional nas relações de consumo. Conclui-se que a discussão sobre a Taxa Rosa transcende a esfera econômica, revelando a necessidade de fortalecer mecanismos de proteção capazes de promover relações de consumo mais justas e compatíveis com os valores constitucionais.

PALAVRAS-CHAVE: Taxa Rosa. Desigualdade de gênero. Direito do Consumidor. Sociedade de consumo. Igualdade.

Introdução

A sociedade contemporânea é marcada pela intensa influência das relações de consumo, nas quais estratégias mercadológicas são constantemente utilizadas para direcionar produtos e serviços a públicos específicos. Embora a segmentação de mercado constitua prática comum, determinadas estratégias acabam por reproduzir desigualdades historicamente construídas, sobretudo quando estabelecem distinções baseadas no gênero. É nesse contexto que se insere a denominada Taxa Rosa (Pink Tax), expressão utilizada para designar a cobrança de preços superiores em produtos e serviços destinados ao público feminino quando comparados àqueles voltados ao público masculino, ainda que possuam características equivalentes.

Diante desse contexto, a Taxa Rosa revela-se como uma problemática que ultrapassa a esfera econômica e alcança o campo jurídico, ao suscitar questionamentos acerca da compatibilidade da diferenciação de preços entre produtos e serviços destinados a homens e mulheres com os princípios da igualdade, da dignidade da pessoa humana e da proteção do consumidor. Nesse sentido, o presente estudo busca responder ao seguinte problema de pesquisa: a diferenciação de preços baseada no gênero, quando desprovida de justificativa objetiva, configura prática discriminatória incompatível com o ordenamento jurídico brasileiro? A relevância da investigação decorre do fato de que essa prática não apenas impõe um ônus financeiro às mulheres, mas também reforça desigualdades estruturais de gênero nas relações de consumo,

justificando sua análise sob a perspectiva do Direito do Consumidor e dos direitos fundamentais.

Diante desse cenário, o presente estudo tem por objetivo analisar a Taxa Rosa como expressão de desigualdade de gênero na sociedade de consumo sob a perspectiva jurídica, investigando seus fundamentos, seus impactos sociais e econômicos e os instrumentos jurídicos disponíveis no ordenamento brasileiro para o enfrentamento dessa prática, à luz da Constituição Federal de 1988 e do Código de Defesa do Consumidor.

Metodologia

O presente estudo desenvolve-se por meio do método dedutivo, adotando abordagem qualitativa e pesquisa de natureza bibliográfica. A investigação fundamenta-se na análise da Constituição Federal de 1988, do Código de Defesa do Consumidor, de legislação correlata, bem como de doutrinas, artigos científicos e produções acadêmicas que abordam a Taxa Rosa, a desigualdade de gênero e a proteção do consumidor. A pesquisa busca compreender os fundamentos jurídicos que envolvem a diferenciação de preços entre produtos e serviços destinados ao público feminino e masculino, examinando seus impactos nas relações de consumo à luz dos princípios da igualdade, da dignidade da pessoa humana e da vedação de práticas discriminatórias. Para conferir maior consistência à análise, foram consultadas obras doutrinárias e estudos científicos disponíveis em bases de dados acadêmicas, possibilitando uma reflexão crítica acerca da Taxa Rosa e de seus reflexos no ordenamento jurídico brasileiro.

Resultados e Discussão

A análise da literatura demonstra que a Taxa Rosa representa uma manifestação das desigualdades de gênero nas relações de consumo, evidenciando que a diferenciação de preços entre produtos e serviços destinados ao público feminino e masculino nem sempre decorre de justificativas objetivas relacionadas aos custos de produção ou comercialização. Ao contrário, verifica-se que essa prática está associada à segmentação

mercadológica e à construção de padrões sociais que historicamente atribuem maior valor econômico ao consumo feminino.

Sob a perspectiva jurídica, constatou-se que, embora o ordenamento brasileiro ainda não possua legislação federal específica para disciplinar a Taxa Rosa, a Constituição Federal de 1988 e o Código de Defesa do Consumidor fornecem fundamentos suficientes para a análise da matéria. Os princípios da igualdade, da dignidade da pessoa humana, da boa-fé objetiva, da transparência e da vedação de práticas abusivas revelam-se instrumentos relevantes para o enfrentamento de diferenciações de preços que configurem discriminação injustificada em razão do gênero.

Além disso, a pesquisa evidencia que a Taxa Rosa ultrapassa a dimensão econômica, produzindo impactos sociais que reforçam desigualdades estruturais e ampliam a vulnerabilidade feminina nas relações de consumo. Nesse contexto, observa-se a importância da atuação dos órgãos de proteção e defesa do consumidor, do Ministério Público e do Poder Legislativo na fiscalização dessas práticas e na construção de mecanismos capazes de promover maior igualdade nas relações consumeristas. Os resultados obtidos demonstram, portanto, que o debate sobre a Taxa Rosa contribui para o fortalecimento da proteção jurídica das mulheres consumidoras e para a efetivação dos princípios constitucionais que orientam o Estado Democrático de Direito.

CONCLUSÃO

A pesquisa evidenciou que a Taxa Rosa constitui uma prática capaz de reproduzir desigualdades de gênero nas relações de consumo, ao impor às mulheres custos superiores na aquisição de produtos e serviços semelhantes aos destinados ao público masculino. Verificou-se que, embora inexistente legislação federal específica sobre a matéria, o ordenamento jurídico brasileiro dispõe de fundamentos constitucionais e consumeristas aptos a coibir práticas discriminatórias, especialmente por meio dos princípios da igualdade, da dignidade da pessoa humana e da proteção do consumidor.

Conclui-se que a discussão acerca da Taxa Rosa transcende a esfera econômica, inserindo-se no debate sobre justiça social, igualdade material e efetivação dos direitos fundamentais. Nesse contexto, torna-se imprescindível o fortalecimento da atuação dos órgãos de fiscalização, o aperfeiçoamento das iniciativas legislativas e a ampliação da conscientização da sociedade acerca dos impactos dessa prática. Como destacam Santos e Santos (2024), a Taxa Rosa representa uma forma de discriminação de gênero que perpetua desigualdades estruturais e evidencia a necessidade de adoção de medidas voltadas à promoção da igualdade nas relações de consumo. Espera-se, por fim, que o presente estudo contribua para o aprofundamento das discussões jurídicas e acadêmicas sobre o tema, incentivando a construção de relações de consumo mais justas, transparentes e compatíveis com os valores do Estado Democrático de Direito.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Tayná Alves Barbosa de. Ações afirmativas e o princípio da igualdade: a discriminação positiva como instrumento de concretização da igualdade matéria. 2021. 29 f. Monografia Jurídica (Bacharel em Direito) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2021.

BAGGIO, Andreza Cristina. E-commerce: o avanço tecnológico e as relações consumidor-fornecedor. Editora Intersaberes, 2022.

BOULLOSA, Maria Amélia Theodoro. Pink Tax e a mulher preta na relação de consumo: uma análise interseccional à luz do direito do consumidor e da igualdade material. Revista Eletrônica da OAB-RJ, 2025.

BRASIL. Constituição. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em 30 abr. 2026.

CRISTO-DINIZ, Poliana Cristina de Oliveira. Posto, logo existo: uma análise dos fatores influenciadores do consumo conspícuo nas redes sociais considerando a 20 regionalidade. 2023. 158 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2023.

MORLEY, Malcolm. Segmentação de Mercado: Como identificar e selecionar mercados para potencializar o crescimento do seu negócio. Autêntica Business, 2025.

NERIS, Brenda Borba dos Santos. O corpo e imposição do ideal de beleza feminino: reflexos da desigualdade de gênero no sistema tributário para as mulheres inseridas no mercado de trabalho. 2022. 70 f. Trabalho de Conclusão de 21 Curso (Bacharel em Direito) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022.

NOBRE, Luis Orlando de Sousa et al. O preço do feminino: sobre a necessidade (ou não) de fiscalização da taxa rosa (Pink Tax). Revista Acadêmica Escola Superior do Ministério Público do Ceará, v. 17, n. 2, p. 121-141, 2025b.

NOBRE, Luis Orlando de Sousa et al. Sobre a necessidade (ou não) de fiscalização da Taxa Rosa pelas autoridades competentes. Revista Acadêmica Escola Superior do Ministério Público do Ceará, 2025a.

SANTORO, Tatiane Almeida. A busca pela juventude eterna: invisibilidade da velhice pelo mercado de beleza brasileiro. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

SANTOS, Franciele Nascimento Costa dos;

SANTOS, Nícia Nogueira Diógenes. A desigualdade de gênero na precificação de produtos no Brasil: uma análise do Pink Tax à luz do Código de Defesa do Consumidor. 2024. Disponível em: <https://ri.ucsal.br/server/api/core/bitstreams/07029f57-8d4e-4a18-b557fbad1969180c/content>. Acesso em 04 abr. 2026.

Palavras-chave: taxa rosa desigualdade de gênero direito do consumidor sociedade de consumo igualdade.