

**TAXA ROSA E O PREÇO DE SER MULHER: a urgência de um enfrentamento
legal à taxa rosa no Brasil**

DOI: 10.31994/jefivj.v17i1.941

Ana Carolina Figueiredo da Silva¹

Amanda Lima Couto²

Giovanna Kneip de Faria Santos Pinto³

Luísa Carneiro Pacheco⁴

Manuela Quelotti dos Santos Barbosa⁵

Loren Dutra Franco⁶

RESUMO

O presente estudo tem por objetivo geral analisar a prática da denominada “taxa rosa”, com o propósito de verificar se sua incidência afronta os princípios da igualdade, da boa-fé e da proteção ao consumidor, bem como identificar os mecanismos jurídicos disponíveis para seu enfrentamento. Para alcançar tal

¹Graduanda do curso de Direito das FIVJ: anacarolinafigueiredosilva@gmail.com. Número do registro no ORCID: 0009-0001-8926-711X.

²Graduanda do curso de Direito das FIVJ: amanda.couto@viannasempre.com.br. Número do registro no ORCID: 0009-0008-7141-4338.

³Graduanda do curso de Direito das FIVJ: giovanna.pinto@viannasempre.com.br. Número do registro no ORCID: 0009-0009-1163-650X.

⁴Graduanda do curso de Direito das FIVJ: luisapacheco05@gmail.com. Número do registro no ORCID: 0009-0009-8899-2713.

⁵Graduanda do curso de Direito das FIVJ: manuquebar@gmail.com. Número do registro no ORCID: 0009-0004-2572-538X.

⁶ Mestre em Direito e Políticas Públicas pelo UniCeub, Brasília- DF, pós-graduada em Direito Processual Civil pela Unifenas – MG, graduada em Direito pelas Faculdades Integradas Vianna Jr., professora de Direito Civil pelas Faculdades Integradas Vianna Jr., Juiz de Fora-MG, pesquisadora do grupo de pesquisa Direito e Inclusão Social das Faculdades Integradas Vianna Jr, JF-MG e do grupo de pesquisa Direito Ambiental e Desenvolvimento sustentável do UniCEUB- Brasília- DF. E-mail: lorendfranco@gmail.com . Número do registro no ORCID: 0000-0002-1268-6770.

finalidade, adotou-se uma metodologia fundamentada em pesquisa bibliográfica, documental e de campo. Os resultados obtidos permitiram concluir que a “taxa rosa” configura uma diferenciação arbitrária de preços com base no gênero, violando os princípios constitucionais da isonomia, da boa-fé objetiva nas relações de consumo e da função social da atividade econômica. Ademais, constatou-se a inexistência de legislação federal específica que regule a matéria, bem como a escassez de jurisprudência consolidada, o que compromete a eficácia das medidas de repressão a essa prática discriminatória. Diante desse cenário, evidencia-se a necessidade de uma atuação estatal mais incisiva, mediante a formulação de políticas públicas e a edição de normas jurídicas específicas, capazes de assegurar a igualdade material entre consumidores de diferentes gêneros.

PALAVRAS-CHAVES: TAXA-ROSA. IGUALDADE DE GÊNERO. DIREITO DO CONSUMIDOR. BOA-FÉ. FUNÇÃO SOCIAL. PRECIFICAÇÃO DISCRIMINATÓRIA.

INTRODUÇÃO

A “taxa rosa” é um termo utilizado para expor a prática de cobrar preços com alto valor por produtos e serviços destinados ao público feminino em relação aos mesmos itens destinados ao público masculino. Essa desigualdade de preços não é justificada pela qualidade do produto, mas sim por uma construção social que vincula o consumo feminino a ideia de exclusivo e personalizado, ainda mais quando se trata da cor rosa que se tornou símbolo dessa diferenciação.

O impacto da “taxa rosa” vai além do aumento do custo de produtos, afetando diretamente o orçamento das mulheres, especialmente em relação a itens essenciais como absorventes e outros produtos de higiene feminina. Nesse contexto, a taxa desigual é percebida como uma forma de tributo que penaliza de

maneira injusta as mulheres, tornando mais difícil o acesso a produtos básicos que deveriam ser oferecidos a todos, independentemente do gênero. No Brasil, a ausência de regulamentação específica sobre o "pink tax" dificulta o combate a essa prática, o que exige a atuação de órgãos de defesa do consumidor e uma interpretação mais sensível da legislação existente, como o Código de Defesa do Consumidor.

A análise da "taxa rosa" sob a ótica do Direito Civil revela um campo fértil para a reflexão sobre a igualdade de direitos e a proteção do consumidor. A prática fere princípios fundamentais como a isonomia e a vedação ao enriquecimento sem causa, previstos no Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990). Embora o fenômeno não seja tratado diretamente por uma lei específica, a crescente conscientização sobre o tema e as ações de órgãos como a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) indicam um movimento em direção à proteção das consumidoras e ao reconhecimento da discriminação implícita nas práticas comerciais.

Diante do exposto, é possível formular a seguinte questão: como a prática da "taxa rosa" pode ser analisada à luz do Direito Civil, especialmente quanto à possível violação dos princípios da igualdade, da boa-fé e da proteção ao consumidor? Quais seriam os mecanismos jurídicos disponíveis para combatê-la?

Considerando esse panorama, o presente estudo tem como objetivo geral analisar a prática da "taxa rosa" sob a ótica do Direito Civil, averiguando se sua aplicação contraria os princípios da igualdade, da boa-fé e da proteção ao consumidor, bem como os possíveis mecanismos jurídicos para combatê-la. Para tal, é necessário analisar também os métodos bibliográficos, documentais e de campo que serão utilizados neste artigo. A abordagem bibliográfica será feita mediante doutrinas, artigos científicos e publicações acadêmicas sobre a "taxa rosa" e os princípios do Direito Civil e do Direito do Consumidor. A pesquisa documental incluirá a análise de legislações, jurisprudências e projetos relacionados ao tema. Já a pesquisa de campo consistirá na aplicação de questionários com consumidores,

por meio das redes sociais, a fim de identificar o grau de conhecimento da população sobre a “taxa rosa” e suas percepções quanto à existência e aos efeitos dessa prática.

Em conclusão, é de suma importância averiguar os tópicos abordados neste artigo. O Tópico 1 refere-se à contextualização da “taxa rosa” nas relações de consumo, apresentando seu conceito e promovendo o debate sobre a discriminação de gênero e seus impactos sociais. No Tópico 2, será feita uma análise jurídica da “taxa rosa” em relação aos princípios da igualdade, da boa-fé e da função social, observando como essa prática se comporta em cada um deles. Por fim, o Tópico 3 tratará da proteção do consumidor e dos mecanismos jurídicos disponíveis para o combate à prática da ‘taxa rosa’.

1 A CONTEXTUALIZAÇÃO DA “TAXA ROSA” NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

1.1 Conceito e origem da Taxa Rosa

A denominada “taxa rosa” refere-se à prática de cobrança de preços mais elevados para produtos e serviços direcionados ao público feminino, mesmo quando são idênticos ou muito semelhantes às versões destinadas aos homens. O conceito ganhou visibilidade a partir do relatório elaborado pelo Departamento de Assuntos do Consumidor da Cidade de Nova York (New York City Department of Consumer Affairs – DCA), intitulado *From Cradle to Cane: The Cost of Being a Female Consumer*, publicado em 2015. O estudo analisou cerca de 800 produtos e constatou que bens e serviços voltados para mulheres custam, em média, 7% a mais do que aqueles destinados aos homens. Essa diferença foi observada em categorias como roupas, brinquedos, produtos de higiene pessoal e serviços. A partir desse relatório, o termo “taxa rosa” passou a ser amplamente debatido, principalmente nos estudos de defesa do consumidor, que destacam as

disparidades de preços baseadas unicamente no gênero dos consumidores (DCA, 2015).

Importante destacar que a "taxa rosa" não corresponde a um imposto oficial, mas sim a um fenômeno de mercado, refletindo práticas discriminatórias de precificação. De acordo com o Departamento de Assuntos do Consumidor, a diferenciação de preços baseada no gênero contribui para a manutenção da desigualdade econômica e da discriminação nas relações de consumo (DCA, 2015).

No contexto brasileiro, a problemática da taxa rosa motivou a proposição de medidas legislativas como o Projeto de Lei nº 950/2021. Essa proposta visa proibir a diferenciação de preços entre produtos e serviços destinados a diferentes gêneros, ainda que possuam a mesma composição, funcionalidade ou características. O objetivo é promover a igualdade nas relações de consumo e combater a discriminação de gênero no mercado, assegurando que consumidores não sejam penalizados economicamente por seu sexo ou identidade de gênero (BRASIL, 2021).

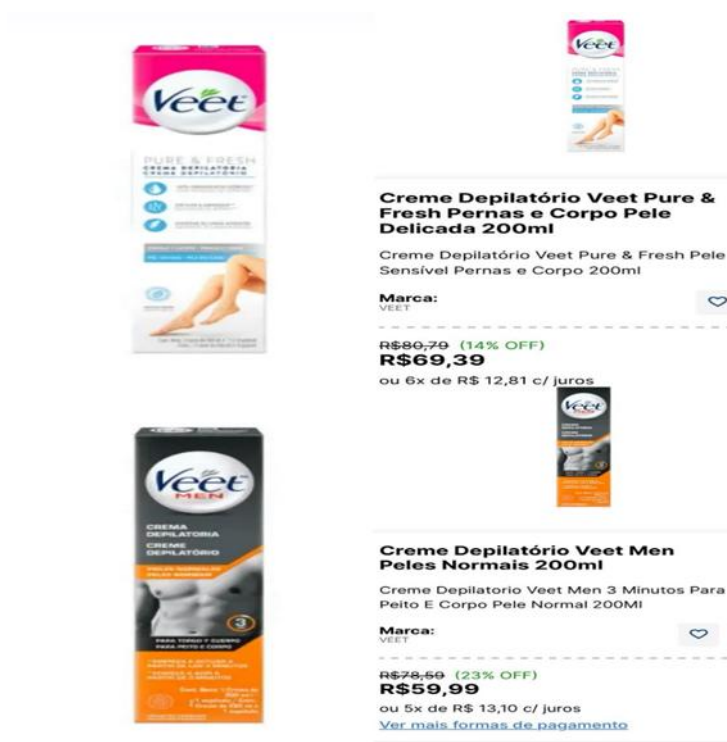
1.2 Exemplos práticos

A incidência da chamada taxa rosa pode ser observada em diversos setores da economia, especialmente em produtos e serviços de uso cotidiano. De acordo com o relatório do Departamento de Assuntos do Consumidor de Nova York (DCA, 2015) os principais segmentos afetados incluem brinquedos, roupas, produtos de higiene pessoal, acessórios, bem como serviços de cuidados pessoais, como lavanderias e salões de beleza.

No setor de produtos infantis, por exemplo, brinquedos destinados a meninas apresentaram um preço 7% superior, em média, em comparação com brinquedos semelhantes voltados para meninos. Em vestuário, a diferença é ainda mais acentuada: roupas femininas podem custar até 8% mais do que as masculinas, mesmo quando fabricadas com materiais equivalentes (DCA, 2015).

Produtos de higiene pessoal, como desodorantes, lâminas de barbear e shampoos, também revelam diferenças de preço injustificáveis. Segundo o mesmo estudo, itens de cuidados pessoais femininos custam, em média, 13% a mais do que estudo, itens de cuidados pessoais femininos custam, em média, 13% a mais do que produtos similares destinados ao público masculino (DCA, 2015).

Figura 1: Diferença de preço entre itens masculinos e femininos 1



Veet Pure & Fresh
 Creme Depilatório Veet Pure & Fresh Pernas e Corpo Pele Delicada 200ml
 Creme Depilatório Veet Pure & Fresh Pele Sensível Pernas e Corpo 200ml
 Marca: VEET
 R\$80,79 (14% OFF)
R\$69,39
 ou 6x de R\$ 12,81 c/ juros

Veet Men
 Creme Depilatório Veet Men Peles Normais 200ml
 Creme Depilatorio Veet Men 3 Minutos Para Peito E Corpo Pele Normal 200ml
 Marca: VEET
 R\$78,59 (23% OFF)
R\$59,99
 ou 5x de R\$ 13,10 c/ juros
[Ver mais formas de pagamento](#)

Fonte: ARAUJO Drogaria. Disponível em: <<https://www.araujo.com.br/>>.
 Acesso em: 20 de junho de 2025.

Figura 2: Diferença de preço entre itens masculinos e femininos 2



Fonte: ARAUJO Drogaria. Disponível em: <<https://www.araujo.com.br/>>.

Acesso em: 20 de junho de 2025.

Os quadros acima apresentam quatro produtos de cuidados pessoais diferentes, de uma grande rede de drogarias, onde os produtos masculinos apresentam valores inferiores que os correspondentes produtos femininos da mesma marca, qualidade e utilidade.

Além dos produtos, serviços como lavanderias frequentemente cobram valores superiores para a limpeza de roupas femininas, alegando diferenças de modelagem e tecido. Em salões de beleza, cortes de cabelo para mulheres podem ter preços significativamente mais altos do que para homens, mesmo quando a complexidade do serviço é equivalente (DCA, 2015).

Esses exemplos demonstram como a taxa rosa afeta diversas áreas do consumo, impondo um custo adicional às mulheres ao longo de suas vidas. Tal prática contribui não apenas para a desigualdade econômica de gênero, mas também reforça estereótipos sociais acerca do consumo feminino.

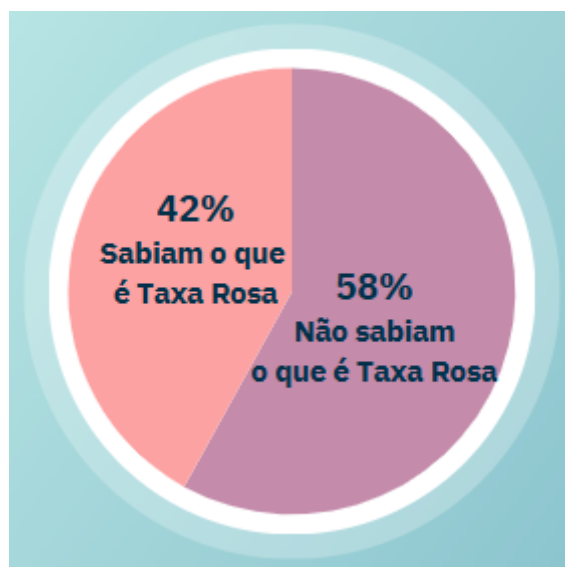
1.3 Debate sobre discriminação de gênero e impactos sociais

A taxa rosa não é apenas uma questão de consumo, mas reflete e agrava desigualdades estruturais de gênero, que se manifestam em vários aspectos da sociedade, como no mercado de trabalho e nas condições de vida das mulheres. A cobrança de preços diferenciados com base no gênero contribui para o aprofundamento dessas desigualdades, uma vez que as mulheres, em média, recebem salários mais baixos do que os homens e, ainda assim, enfrentam custos mais altos para produtos básicos de consumo. Uma pesquisa realizada em 2022 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostra que uma brasileira recebe, em média, 78% do que ganha um homem (IBGE, 2022).

Assim, a taxa rosa não é apenas uma preponderância de preços diferenciados, mas também de um ciclo de discriminação econômica que penaliza as mulheres. A imposição de custos mais elevados para produtos de higiene pessoal, roupas e brinquedos, entre outros, alimenta uma lógica mercadológica de que o consumo feminino deve ser mais oneroso, reforçando os estereótipos de gênero que associam as mulheres a um consumo excessivo e esteticamente motivado.

Corroborando esse cenário, verifica-se que o desconhecimento sobre a temática ainda é significativo. A partir de pesquisa de campo realizada por meio de enquête disponibilizada na plataforma Instagram pelas autoras deste artigo, apurou-se que, de um total de 167 participantes — entre eles, tanto homens quanto mulheres, inclusive estudantes de Direito —, aproximadamente 58% declararam não possuir conhecimento acerca do conceito e dos impactos da taxa rosa, enquanto 42% declararam possuir conhecimento. Esse dado evidencia não apenas a carência de informação e de conscientização sobre o tema, mas também a necessidade de maior difusão e debate sobre práticas de consumo discriminatórias, sobretudo no âmbito jurídico e social.

Gráfico 1: População e a informação sobre a taxa rosa



Fonte: Pesquisa realizada pelas autoras do artigo, entre os dias 12 e 13 de junho de 2025, na plataforma Instagram.

A pesquisa supracitada foi realizada nos dias 12 e 13 de junho de 2025, por meio da plataforma Instagram. Utilizou-se uma enquete, no perfil do Instagram de cada autora, como procedimento metodológico, com a finalidade de proporcionar uma análise abrangente acerca da consciência do público em relação ao tema, considerando-se a manifestação direta dos consumidores. A escolha do período, que incluiu o “Dia dos Namorados”, buscou conferir contextualização ao estudo e favorecer a reflexão crítica sobre a temática.

Sendo assim, o debate sobre a Taxa Rosa está atrelado a um movimento mais amplo pela promoção da igualdade de gênero, que inclui a luta por preços justos e a erradicação de práticas discriminatórias nos mercados de consumo.

2 A ANÁLISE JURÍDICA SOBRE A TAXA ROSA COM BASE NOS PRINCÍPIOS DA IGUALDADE, BOA-FÉ E FUNÇÃO SOCIAL

A Taxa Rosa, enquanto prática de diferenciação de tratamento com base no gênero, pode ser juridicamente reprovada à luz de diversos princípios constitucionais e consumeristas fundamentais, especialmente os princípios da igualdade, da boa-fé objetiva e da função social das relações jurídicas.

Primeiramente, é importante destacar que o princípio da igualdade, previsto no artigo 5º, caput, da Constituição Federal de 1988, estabelece que “todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza”. A igualdade, no entanto, não se limita à sua dimensão formal; ela exige também a igualdade material, a qual demanda do Estado e da sociedade, ações para a efetiva superação de desigualdades históricas, estruturais e sociais. Práticas como a Taxa Rosa afrontam essa concepção substancial de igualdade ao reforçar distinções baseadas em estereótipos de gênero, resultando em um tratamento jurídico e social diferenciado injustificável à luz do ordenamento constitucional (Brasil, 1988).

Ademais, no campo das relações de consumo, o princípio da boa-fé objetiva, previsto no Código de Defesa do Consumidor, impõe deveres de lealdade, transparência, cooperação e confiança entre as partes contratantes. Ele rege não apenas a execução do contrato, mas também sua formação e encerramento. No caso da Taxa Rosa, observa-se uma violação direta desse princípio quando o fornecedor utiliza o gênero do consumidor como critério implícito para diferenciações injustificadas na relação contratual. Tal conduta compromete a integridade da relação de consumo e desestabiliza o equilíbrio entre as partes, que deve ser protegido pelo sistema jurídico consumerista (Nery Junior, 2014).

Outrossim, a prática da Taxa Rosa pode ser analisada à luz do artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor, que veda expressamente a publicidade enganosa e abusiva. A diferenciação de preços baseada em estereótipos de gênero pode configurar uma forma de publicidade abusiva, especialmente quando associada a

estratégias de marketing que reforçam padrões culturais discriminatórios sob a aparência de diferenciação estética ou funcional. Tal conduta fere o princípio da transparência e compromete o direito à informação clara e adequada, garantido pelo artigo 6º, inciso III, do mesmo diploma legal. Além disso, o artigo 39, inciso V, do CDC proíbe o fornecedor de exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva, o que se aplica à prática de cobrar preços superiores sem justificativa técnica, explorando vulnerabilidades socioculturais. Assim, a Taxa Rosa também se mostra incompatível com o microssistema de proteção do consumidor, o qual busca garantir equilíbrio, equidade e respeito à dignidade nas relações de consumo (BRASIL, 1990).

Além disso, a função social das relações jurídicas — especialmente dos contratos — constitui um vetor interpretativo essencial tanto no Direito Privado contemporâneo quanto no Direito do Consumidor. A professora Cláudia Lima Marques destaca que a função social impõe que as relações contratuais sirvam não apenas aos interesses particulares das partes envolvidas, mas também ao interesse coletivo e à justiça social. A Taxa Rosa, ao reforçar desigualdades de gênero e promover uma lógica de exclusão velada, frustra esse objetivo e evidencia um uso distorcido da autonomia privada, que passa a ser exercida em prejuízo da coletividade e da ordem econômica justa (Marques, 2006).

Destarte, sob uma análise estritamente jurídica, a Taxa Rosa revela-se incompatível com os valores constitucionais e legais que norteiam o sistema jurídico brasileiro. Sua existência implica ofensa à igualdade de direitos, desrespeito à boa-fé objetiva nas relações de consumo e descumprimento da função social das atividades econômicas, configurando uma prática que deve ser coibida pelo ordenamento, tanto por meio de políticas públicas quanto da atuação legislativa e judicial.

3 A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR E OS MECANISMOS JURÍDICOS DE COMBATE À PRÁTICA DA “TAXA ROSA”

3.1 Jurisprudência Nacional e a necessidade de legislação específica

Apesar da prática da “taxa rosa” ser uma realidade enfrentada pelas mulheres consumidoras no país, o Judiciário brasileiro ainda não reconhece de maneira clara e sistemática esse fenômeno como um problema jurídico específico. A escassez de jurisprudência voltada diretamente à precificação diferenciada com base no gênero evidencia uma lacuna grave no enfrentamento da desigualdade de gênero nas relações de consumo.

Isso posto, é válido mencionar que as poucas decisões existentes tratam do tema de forma indireta, geralmente vinculadas a contextos de eventos ou serviços que oferecem vantagens a apenas um dos sexos, sem que se analise a prática mais ampla da cobrança sistemática de preços mais altos para produtos e serviços voltados ao público feminino. Isso impede a consolidação de entendimentos jurídicos que possam orientar empresas, consumidores e órgãos de fiscalização sobre os limites legais da diferenciação de preços com base no gênero.

Além disso, a ausência de jurisprudência impede também que a prática seja combatida com maior eficácia, criando um cenário de normalização da discriminação econômica contra mulheres. Essa omissão institucional reforça a urgência de avanços legislativos e doutrinários, bem como o papel do Judiciário como agente ativo na promoção da igualdade de gênero, especialmente em um país onde as mulheres ainda enfrentam grandes disparidades salariais e sociais.

3.2 Iniciativas legislativas

Em meio à falta de uma legislação federal específica que trate da “taxa rosa”, a cidade de Natal (RN) aprovou a Lei Municipal nº 7.756, de 18 de setembro de

2024, que institui o “Dia de Conscientização contra a Taxa Rosa”, a ser celebrado anualmente na semana que compreender o dia 08 de março. Embora a lei não proíba expressamente a prática da diferenciação de preços por gênero, ela representa um marco importante ao reconhecer publicamente a existência do problema e propor uma data oficial para fomentar o debate e a reflexão social (Natal, 2024).

Assim sendo, a iniciativa, apesar de simbólica, representa um avanço no sentido de dar visibilidade a uma forma sutil e persistente de discriminação que impacta economicamente milhões de mulheres. No entanto, ela ainda está longe de oferecer uma solução concreta. A inexistência de normas que coíbam de maneira objetiva e vinculante a prática da taxa rosa dificulta a fiscalização, a responsabilização dos agentes econômicos e a reparação de danos às consumidoras.

Portanto, embora a legislação municipal de Natal seja uma contribuição relevante ao debate, ela evidencia também o vácuo normativo existente em nível nacional. É urgente que o Brasil avance para além da conscientização e promova uma legislação federal clara e efetiva, que reconheça a prática como abusiva e discriminatória, impondo limites e sanções adequadas à sua continuidade.

3.3 A experiência internacional no combate à Taxa Rosa: um contraste com o Brasil

Enquanto o Brasil ainda está no início da discussão e no enfrentamento da taxa rosa, diversos países já adotaram medidas concretas para coibir a precificação discriminatória por gênero. A título de exemplo, a tese *Unpacking the Pink Tax: How Gender-Based Pricing Influences Consumer Perceptions* destaca o caso do estado da Califórnia, nos Estados Unidos, onde desde 1995 está em vigor a *Gender Tax Repeal Act*. Essa legislação proíbe a cobrança de preços diferentes com base no gênero em serviços ou produtos similares. Iniciativas como essa não apenas

reconhecem a existência da desigualdade de preços, mas também buscam ativamente corrigi-la por meio de instrumentos legais específicos e eficazes (Hartig, 2022).

No Brasil, como abordado anteriormente, não há uma legislação nacional abrangente sobre o tema, tampouco decisões judiciais consistentes que enfrentem diretamente a questão. Essa ausência de resposta normativa e jurisprudencial demonstra uma lacuna preocupante na proteção dos direitos das consumidoras brasileiras. Enquanto isso, permanece o ciclo de desigualdade econômica reforçado pela diferenciação de preços, sem que haja mecanismos legais suficientemente robustos para combatê-lo.

A comparação internacional, portanto, escancara a urgência de uma atuação mais firme do legislador brasileiro, inspirando-se em boas práticas estrangeiras, como o exemplo californiano, e adaptando-as à realidade nacional. Reconhecer a taxa rosa como uma prática abusiva não apenas do ponto de vista econômico, mas também social, é o primeiro passo para a construção de uma política pública eficaz no enfrentamento da desigualdade de gênero nas relações de consumo.

3.4 A atuação dos órgãos de proteção e defesa do consumidor

Órgãos como a Agência de Proteção e Defesa do Consumidor - PROCON, a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) e o Ministério Público (MP) são incumbidos de proteger os direitos dos consumidores e fiscalizar práticas comerciais abusivas. No contexto da “Taxa Rosa”, os Procons têm se destacado por meio de ações de fiscalização e de divulgação de pesquisas que evidenciam a existência da prática. Em março de 2024, por exemplo, o PROCON de Juiz de Fora divulgou a pesquisa “Taxa Rosa: Por que é mais caro ser mulher? ”, estudo realizado de forma híbrida (presencial e online), comparando preços de produtos como shampoos, desodorantes e analgésicos, e apontando diferenças significativas de preços em função do público-alvo, por exemplo, o caso do shampoo Clear, que apresentou

variação de até R\$ 10,72 a mais quando destinado às mulheres (PROCON Juiz de Fora, 2024). Nesse contexto, em entrevista dada ao Portal de Notícias da Prefeitura de Juiz de Fora, a supervisora Gisele Zaquini ressaltou a importância de escolhas de consumo conscientes, alertando para os efeitos das estratégias de marketing e de precificação dirigidas ao público feminino:

As mulheres historicamente enfrentam diversas barreiras sociais e no mercado de consumo não é diferente, visto que produtos e serviços voltados para mulheres podem ser mais caros simplesmente pelo fato de serem voltados para nós. Por isso é importante alertar a todas sobre a importância da contínua pesquisa de preços e da atenção às estratégias de marketing e precificação. Afinal, não precisamos pagar mais por sermos mulheres (JUIZ DE FORA, 2024).

Por sua vez, a Senacon, por meio da Nota Técnica nº 6/2023, manifesta posicionamento contrário às práticas discriminatórias nas relações de consumo, a exemplo da denominada taxa rosa, vide tópico III, inciso V, das Diretrizes de Proteção e Defesa da Consumidora, fl. 05:

III. DAS DIRETRIZES DE PROTEÇÃO E DEFESA DA CONSUMIDORA

V) Preços justos e igualdade de acesso: Os fornecedores de produtos e serviços devem garantir preços justos e a igualdade de acesso às mulheres. Não devem ser aplicados preços diferenciados sem justificativa clara e objetiva.

A referida nota técnica, embora destituída de caráter normativo e coercitivo, estabelece diretrizes orientadoras voltadas à promoção da equidade de gênero e à proteção dos direitos das mulheres enquanto consumidoras, recomendando a adoção de condutas que visem à eliminação de desigualdades estruturais. A partir disso, entre os exemplos citados, destacam-se itens como lâminas de depilação, cujos preços mais elevados para mulheres revelam estigmas e estereótipos enraizados no mercado de consumo. Dessa forma, a Senacon busca fomentar a

construção de práticas comerciais mais justas, pautadas na isonomia e na dignidade da pessoa humana (BRASIL, 2023).

3.5 Ministério Público: qual o seu dever perante a “Taxa Rosa”?

A atuação do Ministério Público (*ou Parquet*) no enfrentamento à “Taxa Rosa” encontra respaldo jurídico na Constituição Federal de 1988, que consagra a proteção do consumidor como direito fundamental:

Art. 5º 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:
XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

Ademais, atribui ao *Parquet*, enquanto instituição permanente essencial à função jurisdicional do Estado, a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis, evidente a partir do artigo 127 do mesmo dispositivo legal supracitado:

Art. 127. O Ministério Público é instituição permanente, essencial à função jurisdicional do Estado, incumbindo-lhe a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis.

Nesse sentido, a discriminação de preços baseada em gênero — como ocorre na prática da taxa rosa — pode ser enquadrada como violação a direitos difusos e coletivos, legitimando a intervenção ministerial (Nobre; Lopes; 2024).

A título de atuação extrajudicial, o Ministério Público pode instaurar Procedimento Administrativo (PA), nos termos da Resolução nº 036/2016 – OECPJ/MPCE (MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO CEARÁ, 2016), instrumento destinado ao acompanhamento de fatos que possam ensejar a tutela de

interesses difusos, coletivos ou individuais homogêneos, mesmo sem a existência de ilícito específico. Tal procedimento permitiria ao órgão ministerial realizar o monitoramento e a coleta de informações sobre práticas discriminatórias de mercado, distinguindo ações de marketing legítimo de condutas abusivas vedadas pelo ordenamento jurídico (Nobre; Lopes; 2024).

Fundamenta-se ainda essa atuação no artigo 39, inciso X, do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), que proíbe a elevação de preços sem justa causa, configurando como prática abusiva a diferenciação injustificada de valores com base no gênero do consumidor:

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

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.

A partir da análise técnica do mercado, o Ministério Público poderá expedir recomendações com base no artigo 36 da Resolução nº 036/2016 – OECPJ, instrumento voltado à promoção da melhoria dos serviços públicos e à defesa de interesses relevantes, sem necessidade de judicialização imediata:

Art. 36. O Ministério Público, nos autos do inquérito civil, do procedimento preparatório ou do procedimento administrativo, poderá expedir recomendações devidamente fundamentadas, visando à melhoria dos serviços públicos e de relevância pública, bem como aos demais interesses, direitos e bens cuja defesa lhe caiba promover.

Parágrafo único. É vedada a expedição de recomendação como medida substitutiva ao compromisso de ajustamento de conduta ou à ação civil pública, observando-se, no entanto, a hipótese de alcance dos objetivos nela consignados (Nobre; Lopes; 2024).

Além disso, à luz da teoria do processo estrutural, leciona Edilson Vitorelli; citado por Nobre; Lopes (2024); que o Ministério Público moderno deve buscar soluções efetivas e duradouras para problemas sociais complexos, o que se

coaduna com a adoção de medidas resolutivas extrajudiciais no combate à taxa rosa.

Dessa forma, destaca-se o papel do Ministério Público na educação para o consumo consciente, por meio de campanhas de conscientização e eventos temáticos — como a “Semana do Consumidor 2024” —, com o objetivo de informar e empoderar consumidoras, pressionando o mercado a rever práticas discriminatórias. Tais ações reforçam o compromisso do MP com a transformação social e a concretização dos princípios do Estado Democrático de Direito (Nobre; Lopes; 2024).

Por fim, como supracitado, apesar dos esforços realizados por órgãos como o PROCON, a Senacon e o Ministério Público no combate à taxa rosa, persiste a ausência de uma política pública articulada e coordenada em âmbito nacional para enfrentar sistematicamente a discriminação de gênero nas práticas de consumo. A Nota Técnica nº 6/2023 da Senacon (BRASIL, 2023); as pesquisas realizadas, a exemplo da divulgada pelo PROCON de Juiz de Fora (PROCON Juiz de Fora, 2024); como também as fiscalizações do PROCON Natal do Estado Rio Grande do Norte (RN) e os debates promovidos pela Câmara Municipal do referido município (NATAL-RN, 2024), as quais levaram à elaboração da Lei Ordinária nº 7.756/24 (NATAL, 2024); representam avanços importantes, ainda que isolados e insuficientes. A atuação ministerial, amparada pela Constituição Federal de 1988 (art. 127) e respaldada por instrumentos legais como os Procedimentos Administrativos e recomendações previstos na Resolução nº 036/2016 – OECPJ (MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO CEARÁ, 2016), deve estar inserida em um plano mais amplo que envolva a cooperação entre os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, além da participação da sociedade civil. A implementação de observatórios de práticas abusivas, campanhas educativas permanentes e a elaboração de regulamentações específicas são medidas urgentes para garantir a efetividade dos princípios da isonomia e da dignidade da pessoa humana. Portanto, sem essa coordenação institucional e política, o enfrentamento à taxa rosa

permanecerá fragmentado e insuficiente, comprometendo a proteção efetiva dos direitos fundamentais das mulheres consumidoras.

CONCLUSÃO

A denominada “taxa rosa” configura prática de precificação diferenciada com base no gênero, caracterizada por impor valores superiores a produtos e serviços destinados ao público feminino, ainda que sejam idênticos ou funcionalmente equivalentes aos ofertados ao público masculino. Tal diferenciação, arbitrária e desprovida de justificativa técnica, resulta em evidente oneração desproporcional das consumidoras. Os exemplos empíricos analisados demonstram que essa prática está disseminada em diversos setores do mercado, contribuindo não apenas para a consolidação de estereótipos de gênero arraigados na lógica mercadológica, mas também para a reprodução de desigualdades socioeconômicas estruturais que comprometem a efetivação da igualdade material entre homens e mulheres.

Ademais, no que tange à análise jurídica da prática sob a ótica dos princípios da igualdade, da boa-fé objetiva e da função social da atividade econômica, verifica-se manifesta afronta aos fundamentos constitucionais e infraconstitucionais do ordenamento jurídico brasileiro. A cobrança diferenciada de preços com base exclusiva no gênero do consumidor ofende o princípio da isonomia consagrado no artigo 5º da Constituição Federal, infringe o dever de boa-fé objetiva nas relações de consumo e compromete a função social da atividade econômica ao perpetuar discriminações históricas.

Outrossim, no que se refere à tutela do consumidor e aos instrumentos jurídicos aptos à repressão dessa conduta, verifica-se que, embora o ordenamento pátrio contemple normas protetivas relevantes — notadamente o CDC e dispositivos constitucionais —, subsiste notável deficit normativo e jurisprudencial que inviabiliza uma resposta jurídica efetiva. A atuação de órgãos como o Procon, a Senacon e o

Ministério Público, embora relevante, revela-se ainda insuficiente diante da carência de políticas públicas integradas e de legislação federal específica que trate de forma clara e vinculante a prática em questão.

Diante do exposto, conclui-se que a “taxa rosa” configura prática abusiva, discriminatória e contrária aos princípios fundamentais que regem as relações de consumo, demandando, por conseguinte, uma atuação estatal mais contundente e sistematizada. Dentre os mecanismos jurídicos aptos à sua repressão, destacam-se a intensificação da atuação fiscalizatória dos órgãos de defesa do consumidor, a interpretação principiológica e sistemática do ordenamento vigente, o desenvolvimento jurisprudencial orientado pela promoção da igualdade de gênero e, sobretudo, a edição de legislação federal específica que proíba, de forma expressa, a diferenciação de preços em razão do gênero. O combate à “taxa rosa”, portanto, deve ser compreendido como um imperativo jurídico e ético para a consolidação de uma ordem econômica fundada na dignidade da pessoa humana, na equidade e na justiça social.

REFERÊNCIAS

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

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1990

BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei nº 950, de 2021. **Proíbe a diferenciação de preços entre produtos e serviços destinados a diferentes gêneros, ainda que possuam a mesma composição, funcionalidade ou características**. Brasília, DF: Senado Federal, 2021. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8941887&disposition=inline>>. Acesso em: 12 de maio de 2025.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. Secretaria Nacional do Consumidor. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. Coordenação-Geral de Estudos e Monitoramento de Mercado. **Nota Técnica nº 6/2023/CGEMM/DPDC/SENACON/MJ**. Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.in.gov.br/web/dou/-/despacho-n-253/2023-468494274> . Acesso em: 10 de junho de 2025.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. **Seus Direitos – Consumidor**. Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor>. Acesso em: 12 de maio de 2025.

HARTIG, Isabella. **Unpacking the pink tax: how gender-based pricing influences consumer perceptions**. Mannheim, Alemanha, 2022. Disponível em: https://www.bwl.unimannheim.de/media/Lehrstuehle/bwl/Stahl/mastersthesis/Mastertesis_ABiechteler_0325.pdf. Acesso em: 12 de maio de 2025.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas de Gênero: Indicadores sociais das mulheres no Brasil**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/genero/20163-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil.html> . Acesso em: 28 de abril de 2025.

JUIZ DE FORA. Prefeitura Municipal. Portal da Prefeitura de Juiz de Fora. Juiz de Fora: Prefeitura Municipal de Juiz de Fora, 2025. Disponível em: <https://www.pjf.mg.gov.br/>. Acesso em: 18 de junho de 2025.

MARQUES, Cláudia. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5. ed. São Paulo, p. 166-167. 2006

MELO, Trayce. **Você paga mais por ser mulher: entenda a “taxa rosa**. Diário do Pará, 2025. Disponível em: https://diariodopara.com.br/para/voce-paga-mais-por-ser-mulher-entenda-a-taxa-rosa/?utm_source=whatsapp&utm_medium=referral&utm_campaign=share_alongisd e . Acesso em: 05 de maio de 2025.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO CEARÁ. **Resolução nº 036/2016 – OECPJ**: Disciplina e regulamenta a instauração e tramitação dos feitos extrajudiciais cíveis nas questões de interesses ou direitos difusos, coletivos, individuais homogêneos e individuais indisponíveis no âmbito do Ministério Público do Ceará. Fortaleza, 2016. Disponível em: <https://mpce.mp.br/wp-content/uploads/2016/07/RESOLUCAO-036-2016-OECPJ-DISCIPLINA-FEITOS-EXTRAJUDICIAIS-1.pdf>. Acesso em: 17 de junho de 2025.

NATAL (RN). **Lei nº 7.756, de 11 de março de 2024**. Leis Municipais, Natal, 2024. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/rn/n/natal/lei-ordinaria/2024/776/7756/lei-ordinaria-n-7756-2024-dispoe-sobre-a-semana-municipal-de-mobilizacao-e-conscientizacao-contr-a-taxa-rosa-pink-tax-no-municipio-de-natal-a-ser-realizada-anualmente-na-semana-que-compreender-o-dia-08-de-marco-e-da-outras-providencias> . Acesso em: 9 de maio de 2025.

NERY, Rosa Maria de Andrade; JÚNIOR, Nelson Nery. **Instituições de direito civil: teoria geral do direito privado**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2014. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/doutrina/secao/71-principio-da-boa-fe-objetiva-ou-da-lealdade-capitulo-vii-principiologia-do-direito-privado-instituicoes-de-direito-civil-teoria-geral-do-direito-privado/1328360674>

NEW YORK CITY DEPARTMENT OF CONSUMER AFFAIRS (DCA). **From cradle to cane**: the cost of being a female consumer. New York, 2015. Disponível em: <https://www.nyc.gov/assets/dca/downloads/pdf/partners/Study-of-Gender-Pricing-in-NYC.pdf>. Acesso em: 28 de abril de 2025.

NOBRE, Luis Orlando de Sousa; LOPES, Francisco Clébio Rodrigues. **Deveria o Ministério Público intervir na questão da “taxa rosa” (pink tax)?** Uma análise da discriminação de gênero nas práticas de consumo. *Revista Acadêmica da Escola Superior do Ministério Público do Ceará*, Fortaleza, ano 16, n. 2, jul./dez. 2024. Disponível em: <https://bdjur.stj.jus.br/server/api/core/bitstreams/bc685663-c251-425f-91a1-c2b08e6eda65/content>. Acesso em: 9 de junho de 2025.

PROCON Juiz de Fora. **Pesquisa do Procon aponta diferença de preços entre produtos masculinos e femininos**. 08 mar. 2024. Disponível em: <https://www.pjf.mg.gov.br/noticias/view.php?modo=link2&idnoticia2=82934> . Acesso em: 12 de maio de 2025.

RUAS, Danielle. **Consumo, gêneros e direitos:** Senacon atualiza notas técnicas com foco na equidade. *Consumidor Moderno*, 26 ago. 2024. Disponível em: <https://consumidormoderno.com.br/consumo-generos-direitos/#:~:text=A%20Senacon%20editou%20a%20Nota,tamb%C3%A9m%20agentes%20privados%2C%20ainda%20que>. Acesso em: 9 de junho de 2025.