

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO PAULO - SP

GÊNERO, SEXUALIDADES E DIREITO I

CLARA ANGÉLICA GONÇALVES CAVALCANTI DIAS

SILVANA BELINE TAVARES

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydée Dal Farra Naspolini - FMU - São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

Educação Jurídica

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - MS

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Comissão Especial

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

G326

Gênero, sexualidades e direito II[Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Clara Angélica Gonçalves Cavalcanti Dias, Silvana Beline Tavares – Florianópolis: CONPEDI, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-288-9

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Os Caminhos Da Internacionalização E O Futuro Do Direito

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Gênero. 3. Sexualidades e direito. XXXII Congresso Nacional do CONPEDI São Paulo - SP (4: 2025: Florianópolis, Brasil).

CDU: 34

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO PAULO - SP

GÊNERO, SEXUALIDADES E DIREITO I

Apresentação

Os trabalhos trazidos ao Grupo temático de Gênero, sexualidades e Direito do XXXII Congresso Nacional do Conpedi São Paulo – SP reúne pesquisas que analisam as desigualdades de gênero e a discriminação contra mulheres e pessoas LGBTI+ no Brasil, destacando seus fundamentos históricos e suas expressões atuais no campo jurídico. Ao tratar de temas como violência, trabalho, parentalidade, direitos sexuais e reprodutivos, reconhecimento de identidades, justiça climática e educação emancipatória, os artigos evidenciam tanto as limitações quanto as possibilidades do Direito como instrumento de transformação social. Trata-se, assim, de um conjunto de estudos que reafirma o compromisso com a efetivação da igualdade material e da dignidade humana.

Em “Os direitos das mulheres e a desigualdade de gênero” de Etyane Goulart Soares, Dandara Chrisitne Alves de Amorim e Geferson Alexandre Souza Alves analisam as desigualdades de gênero que ainda persistem na sociedade contemporânea, evidenciando suas origens históricas, culturais e sociais, bem como a importância de uma educação emancipatória com perspectiva de gênero como instrumento de transformação social.

Eduardo Augusto Gonçalves Dahas, Tammara Drummond Mendes e Renata Apolinário de Castro Lima com o artigo “A licença parental como ferramenta para a efetivação da igualdade de gênero no Brasil” afirmam que apesar dos avanços legislativos e sociais, a igualdade de gênero no Brasil ainda enfrenta desafios, especialmente no que tange à divisão de responsabilidades familiares e suas repercussões no mercado de trabalho. As licenças maternidade e paternidade, embora concebidas para proteger a família e principalmente a criança, tem perpetrado disparidades de gênero, evidenciando um abismo entre a isonomia formal e a material prometida pela Constituição da República Federativa de 1988, seja na perspectiva da mulher ou mesmo das famílias homoafetivas.

Com o artigo “A mobilização do direito pela população lgbti+ no brasil: uma análise histórica a partir de uma perspectiva dos espaços dos possíveis” Rafael Leite Franceschini , Alexandra Valle Goi e Agnaldo de Sousa Barbosa analisam a trajetória da população LGBTI+ no Brasil a partir da relação entre repressão jurídica e mobilização do direito, desde o período colonial até a redemocratização.

Flávia Guerra Gomes em “A perspectiva de gênero nos sistemas internacionais de direitos humanos” analisa a incorporação da perspectiva de gênero no Sistema Interamericano de Direitos Humanos e seus impactos na ordem jurídica brasileira, à luz dos compromissos assumidos pelo Brasil ao ratificar tratados internacionais e interamericanos.

EM “A violência obstétrica como violação do direito ao parto humanizado” Victória Cardoso dos Santos, Ana Beatriz Lisboa Pereira Melo e Ricardo Alves Sampaio analisam a violência obstétrica como violação do direito ao parto humanizado, caracterizada por práticas abusivas, desumanas ou negligentes contra gestantes, parturientes e puérperas.

Raquel Xavier Vieira Braga e Naiara Cardoso Gomide da Costa Alamy em “Aspectos históricos e sociológicos dos direitos das mulheres no Brasil” apontam que o Direito é um produto cultural que, ao lado de outras normas sociais, como os costumes, hábitos, tradições, família e religião, modelam e estruturam o viver em sociedade e o próprio ser humano.

Com o artigo “Corpo, violência e estado: uma leitura feminista à luz do neoliberalismo e da lei Maria da Penha” Bruna Segatto Dall Alba e Luíz Felipe Souza Vizzoto fazem uma análise crítica da transição do feudalismo ao capitalismo e suas ressonâncias na contemporaneidade neoliberal, com foco na persistência e reconfiguração da violência sobre os corpos femininos.

Felipe Nunes Santana e Celso Lucas Fernandes Oliveira “Criminalização da homotransfobia no Brasil: uma análise dos projetos de lei existentes antes e após o julgamento do mi 4733 e do n° 26” apontam que atos de preconceito e discriminação por orientação sexual e identidade de gênero violam direitos constitucionalmente garantidos, a exemplo dos assegurados pelo Art. 5º, incisos XLI e XXXIX, da Constituição Federal.

Com “Direito tributário, gênero e pobreza menstrual: reflexões interdisciplinares e a igualdade material” Thais Janaina Wenczenovicz e Daniela Zilio analisam a partir da igualdade real, e sendo a higiene menstrual um gasto unicamente de pessoas que menstruam, se o direito tributário pode ser um instrumento de auxílio para o alcance de tal igualdade.

Luciana De Souza Ramos em “Educação jurídico-popular feminista: experiência do projeto de extensão promotoras legais populares em Morrinhos/GO” investiga o impacto da educação jurídico popular feminista promovido pelo projeto de extensão Promotoras Legais Populares (PLP’s) em Morrinhos, Goiás, e seu impacto na formação de mulheres na cidade.

Em “Eficácia da criminalização da homotransfobia no Brasil: uma análise a partir das instituições” Luiz Carlos Garcia e Mateus Pereira Martins afirmam que a sociedade brasileira

constitui um espaço de tensões que gera discriminações de diversas formas contra grupos historicamente marginalizados.

Silvio Carlos Leite Mesquita , Bianca Maria Marques Ribeiro Vasconcelos e Amanda Silva Madureira com o artigo “Julgamento com perspectiva de gênero no enfrentamento ao assédio sexual no ambiente de trabalho: análise da jurisprudência do tribunal regional do trabalho da 16ª região do Brasil” analisam a aplicação do Protocolo para Julgamento com Perspectiva de Gênero do CNJ em decisões do Tribunal Regional do Trabalho da 16ª Região (TRT-16) sobre assédio sexual no ambiente de trabalho.

O artigo “Justiça climática como ferramenta para atingir a igualdade de gênero” de Maria Fernanda Goes Lima Santos, Maria Celia Ferraz Roberto Da Silveira e Isabella Martins Costa Brito de Araújo tem como objetivo analisar as interseccionalidades de gênero em eventos climáticos extremos e considerar como construir a justiça climática feminista e aumentar a participação das mulheres nos processos de governança climática.

Gabriel Silva Borges em “O direito antidiscriminatório e a concepção das diferenças sob a perspectiva da violência de gênero” aponta que o Direito Antidiscriminatório é um ramo jurídico que vem ganhando cada vez mais notoriedade, tanto em relação aos operadores das ciências jurídicas, quanto aos impactados direta ou indiretamente pelas diretrizes produzidas por esse ramo do conhecimento.

“Para além da maria da penha: uma análise da aplicação do mandado de injunção nº 7.452 nos casos de violência doméstica entre casais homoafetivos” de Rafaela Wendler Blaschke analisa a violência doméstica contra homens homossexuais no Brasil, com foco na decisão do Mandado de Injunção (MI) impetrado pela ABRAFH perante o STF.

Aline Regina Alves Stangorlini e Ana Carolina Damascena Cavallari em “Pink tax - como é caro ser mulher” reúnem aportes teóricos relacionados à discriminação de gênero existente e elencar como este e outros fatos como os orçamentos sensíveis ao gênero atuam diretamente na discriminação trazendo prejuízo ao Direito das mulheres consumidoras e tornam o papel feminino mais dispendioso e caro.

O artigo “Políticas públicas de concessão de refúgio para mulheres refugiadas no Brasil: lacunas normativas, vieses institucionais e (des)articulações da política de acolhimento” de Luana Cristina da Silva Lima Dantas tem como objetivo construir um breviário de práticas, políticas e decisões que permeiam o processo de avaliação e concessão de refúgio para mulheres refugiadas no Brasil.

Em “Quem ama não mata: a interdição discursiva da legítima defesa da honra” Maria Cristina Rauch Baranoski, André Luiz Querino Coelho e Paloma Tonon Boranelabordam a utilização de discursos que passam a revitimizar a mulher que sofre ou sofreu violência doméstica.

Daniela Pereira, Eduarda Rodrigues dos Santos Nascimento e Jenifer Nunes De Souza em “Reconhecimento jurídico de gênero e parentalidade no Brasil sob a análise da ADPF 787” analisa criticamente a decisão do Supremo Tribunal Federal na ADPF 787, que transitou em julgado em fevereiro de 2025 e representou um marco ao assegurar o uso do nome social e do gênero correspondente à identidade autodeclarada, independentemente da realização de cirurgia ou de tratamento hormonal para redesignação sexual.

Em “Residência jurídica e empregabilidade lgbtqi+: avanços na promoção de direitos” Verena Holanda de Mendonça Alves aponta que a formulação de programas específicos destinados à população LGBTQIA+ configura-se como instrumento indispensável à promoção da igualdade substancial, do respeito à dignidade humana e da inclusão social.

Luana Renata Alves Sena, Luanda Patricia Dos Santos Duarte Venerio e Helga Maria Martins de Paula com o artigo “Silenciamento e invisibilidade do feminino: instituição, reprodução e mecanismos de enfrentamento da desigualdade” investigam a misoginia como elemento estrutural do patriarcado e do capitalismo, demonstrando que práticas de submissão feminina, longe de serem manifestações isoladas ou meramente culturais, constituem dispositivos funcionais à acumulação capitalista.

Ao articular teoria, prática e compromisso social, as pesquisas aqui apresentadas ampliam o debate e oferecem caminhos para um Direito mais inclusivo, democrático e comprometido com a dignidade humana. Convidamos, portanto, à leitura atenta de cada artigo, certos de que as reflexões propostas contribuirão não apenas para o campo jurídico, mas para a consolidação de uma sociedade mais justa e igualitária.

Silvana Beline

Clara Angélica Gonçalves Cavalcanti Dias

PINK TAX - COMO É CARO SER MULHER
PINK TAX - HOW EXPENSIVE IT IS TO BE A WOMAN

Aline Regina Alves Stangorlini
Ana Carolina Damascena Cavallari

Resumo

O "Pink Tax" refere-se à discrepância na precificação de produtos e serviços direcionado a diferentes gêneros, comumente resultando em custos maiores para itens dirigidos ao público feminino, que em essência são similares aos produtos destinados ao gênero masculino, essa discrepância de preço é repetidamente observada em itens como roupas, brinquedos, itens de papelaria, itens de higiene pessoal, e até serviços como cortes de cabelo em setores vitais. Este trabalho atua com intenção de reunir aportes teóricos relacionados à discriminação de gênero existente e elencar como este e outros fatos como os orçamentos sensíveis ao gênero atuam diretamente na discriminação trazendo prejuízo ao Direito das mulheres consumidoras e tornam o papel feminino mais dispendioso e caro. A metodologia adotada foi a teórica, atuando a partir de revisão bibliográfica, o qual buscou identificar e analisar livros e artigos científicos que possuem a problemática da discriminação de gênero no âmbito do direito do consumidor.

Palavras-chave: Pink tax, Impacto, Discriminação, Gênero, Orçamentos sensíveis

Abstract/Resumen/Résumé

The "Pink Tax" refers to the discrepancy in pricing for products and services targeted at different genders, commonly resulting in higher costs for items aimed at women, which are essentially similar to those aimed at men. This price discrepancy is repeatedly observed in items such as clothing, toys, stationery, personal hygiene items, and even services such as haircuts in vital sectors. This work aims to gather theoretical contributions related to existing gender discrimination and highlight how this and other factors, such as gender-sensitive budgets, directly influence discrimination, harming the rights of women consumers and making women's roles more costly and expensive. The methodology adopted was theoretical, based on a bibliographic and conceptual review, which sought to identify and analyze books and scientific articles that address the issue of gender discrimination within consumer law and this new perspective.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Pink tax, Impact, Discrimination, Gender, Sensitive budgets

INTRODUÇÃO

Um dos aspectos mais evidentes da desigualdade na precificação de produtos, é o custo econômico de ser mulher. Configurando-se em aspectos persistentes de preconceito baseada em diferenças percebidas distintivas de sexos e permanecendo uma problemática constante em diversos âmbitos da sociedade. Consequentemente o Pink Tax, pode se manifestar de modo direto ou sutil, seja em práticas como contratação de trabalho, remuneração salarial, ascensão profissional e, mais amplamente, no tratamento social diferenciado entre o feminino e o masculino.

O tema deste estudo merece reflexão não somente pelo impacto em relações sociais, que apesar de tratar a urgência de se questionar práticas econômicas aparentemente neutras, mas que perpetuam desigualdades estruturais, como isso afeta financeiramente mulheres. Nesse sentido, trazemos a luz da sociedade o fenômeno denominado como Pink Tax ou em tradução livre (imposto rosa), que designa a prática de preços mais altos de produtos e serviços direcionados às mulheres, mesmo quando estes são idênticos aos ofertados ao público masculino. Esse fenômeno ilustra uma faceta econômica da discriminação de gênero, revelando como desigualdades simbólicas se convertem em desvantagens materiais para o público feminino, nos fazendo questionar - Como é caro ser mulher - e conhecer os motivos por trás deste fenômeno.

Diante desse contexto, a questão norteadora que orienta este trabalho é: de que maneira a discriminação de gênero têm se manifestado nas relações de consumo e nas estruturas legais, em particular o Imposto Rosa, e quais impactos geram sobre o patrimônio e a autonomia econômica feminina.

Pretendeu-se, com este estudo, reunir aportes teóricos relevantes sobre a tônica da discriminação de gênero, em destaque a esfera econômica e jurídica, e expor seus reflexos no cotidiano das mulheres, concorrendo para a identificação e problematização social do tema.

Espera-se com este trabalho contribua assiduamente para o debate acadêmico e social, oferecendo elementos que promovam uma maior equidade entre homens e mulheres, especialmente no campo das discriminações aplicadas às relações de consumo e no movimento de implementação de políticas públicas.

1. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo são apresentados conceitos basilares para iniciarmos a discussão das teorias que direcionam o desenvolvimento desta pesquisa. Primeiramente, precisamos distinguir os conceitos de sexo e gênero para entendermos as formas de consumo e práticas adotadas que levaram a ascensão da mulher no poder de consumo e entender o tema de modo geral, apresentando especificamente na segmentação da discriminação por gênero, para enfim, definir o conceito de taxa rosa.

1.1 DISTINÇÃO ENTRE GÊNERO E SEXO

O conceito de sexo é definido pelas características biológicas que distinguem corpos masculinos e femininos, anatomicamente como os órgãos sexuais, e fisiologicamente no DNA os cromossomos XY para o sexo masculino e XX para o sexo feminino.

“Sexo refere-se a características biológicas e anatômicas que definem os indivíduos como masculinos ou femininos. Já gênero diz respeito às construções sociais e culturais, ou seja, aos papéis, comportamentos, atividades e características que uma sociedade considera apropriados para homens e mulheres” (Connell, 1995).

Gênero, por sua vez, é uma construção social e cultural que define papéis e comportamentos considerados apropriados para homens e mulheres em determinada sociedade. Embora geralmente tratado como uma categoria binária, é importante reconhecer a existência de variações intersexuais.

O conceito de gênero permite compreender como as diferenças sexuais são transformadas em significados sociais e como essas significações organizam hierarquias de poder, trabalho, sexualidade e direitos.” (Louro, Guacira Lopes. Petrópolis: Vozes, 1997).

Dentro dos aspectos de gênero encontramos as identidades que se refere ao sentimento interno e pessoal de ser masculino, feminino, ambos ou especificamente nenhum, podendo ou não corresponder ao sexo atribuído ao nascimento.

Neste contexto temos Expressão de Gênero no que diz respeito à forma como uma pessoa manifesta seu gênero por meio de comportamento, vestuário, linguagem e outros aspectos visíveis e papéis de gênero, que são normas e expectativas sociais acerca de como indivíduos de diferentes gêneros devem se comportar, agir e interagir. Trata-se da forma como a pessoa se vê e se identifica.

Esses papéis são, muitas vezes, culturalmente específicos e podem variar ao longo do tempo e entre diferentes sociedades.

1.2 CONCEITO E IMPACTO DE GÊNERO

Compreender o conceito de gênero é basilar para analisarmos e abordar questões relacionadas à desigualdade e à injustiça social. Esse entendimento possibilita um exame crítico das formas pelas quais normas e expectativas de gênero têm impacto no cotidiano feminino, influenciam suas oportunidades e moldam suas experiências. Além disso, promove a inserção e respeito por uma gama vasta de identidades e expressões de gênero, desafiando estereótipos e preconceitos.

A autora Judith Butler discute amplamente o conceito em sua obra, abordando como ele é uma construção social que vai além das características biológicas e anatômicas. Ela argumenta que o gênero é performativo e produzido mediante normas sociais e culturais, e não um reflexo de uma essência biológica imutável.

O gênero é amplamente compreendido como uma construção social, que revela que é moldado por fatores culturais, históricos e sociais.

A teoria de gênero permite entender como o gênero como uma categoria social organiza a vida social, o trabalho, os papéis familiares e as expressões de sexualidade, refletindo e perpetuando relações de poder entre os sexos e nas sociedades.

— Butler, Judith. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. 1990.

Obstante da teoria social do gênero Connell ainda propõe: Desde a infância, os indivíduos são ensinados a conduzir-se segundo as normas de gênero estabelecidas pela sociedade. (Connell, 2005).

Argumentando que o gênero é uma construção social e que as estruturas opressivas podem ser desafiadas e transformadas por meio de estratégias que busquem a igualdade entre os sexos. (Beauvoir, 1995).

Acrescentando ao entendimento a teoria Simone de Beauvoir discute a construção social da mulher e a teoria feminista e como a sociedade patriarcal perpetua a desigualdade de gênero.

1.3 FORMAS DE DISCRIMINAÇÃO DE GÊNERO

A desigualdade de gênero está presente de maneira estrutural nas mais diversas áreas da sociedade, incluindo os contextos sociais, econômicos, culturais e, especialmente, dentro das relações de consumo.

A cooperação que a taxa rosa exige não se trata de uma ocorrência isolada, e sim fragmento de uma sistemática ampla e um acúmulo de opressões estruturais,

exige que se amplie o olhar para outras vertentes de desigualdade que atingem historicamente as mulheres. Esse cenário é sustentado, sobretudo, por três pilares fundamentais de desigualdade de gênero no contexto socioeconômico: a disparidade salarial, a divisão sexual do trabalho e a sub-representação feminina nos espaços de poder.

1.4 DISPARIDADE SALARIAL

A desigualdade salarial entre os sexos trata-se da perspectiva cada vez mais visíveis e persistentes da discriminação de gênero no mercado de trabalho. Podemos vislumbrar desta informação com importantes dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que permitiram apontar que mulheres, no Brasil, são tem remuneração total em média 77% do rendimento dos homens, mesmo quando possuem escolaridade igual ou superior (IBGE, 2022).

Essa disparidade reflete não somente na desvalorização do trabalho feminino, mas também para a reprodução de estereótipos de gênero, que atribuem às mulheres ocupações consideradas menores ou de apoio, além de penalizá-las por responsabilidades socialmente atribuídas, como a maternidade e os cuidados familiares.

1.5 DIVISÃO SEXUAL DO TRABALHO

A divisão sexual do trabalho refere-se à separação das atividades produtivas e reprodutivas com base no gênero. Historicamente, atribui-se às mulheres a responsabilidade em trabalhos domésticos, cuidados familiares e tarefas não remuneradas, enquanto aos homens foram destinados os espaços de trabalho formal, produtivo e remunerado.

Esse arranjo, embora tenha sofrido transformações no decorrer de décadas, mas que ainda permanece evidente.

Trazendo os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua/IBGE, 2019), as mulheres dedicam, em média, 21,3 horas semanais às tarefas domésticas e de cuidados, enquanto os homens destinam 11 horas, praticamente metade.

Essa sobrecarga de trabalho invisível e não remunerado compromete diretamente as perspectivas de inserção plena de mulheres no mercado de trabalho,

impactando suas trajetórias profissionais, salários e acesso a oportunidades de crescimento.

1.6 SUB-REPRESENTAÇÃO FEMININA NOS ESPAÇOS DE AUTORIDADE ECONÔMICA COLETIVA

A desigualdade de gênero também se exterioriza de modo contundente na baixa representatividade feminina em espaços de autoridade, sejam elas no âmbito político quanto nas lideranças empresariais e institucionais.

Relatórios do Fórum Econômico Mundial (World Economic Fórum, 2023) e da Organização Internacional do Trabalho (OIT) indicam que, globalmente, as mulheres ocupam menos de 30% dos cargos de liderança em empresas e organizações, e representam menos de 20% dos cargos legislativos ou executivos na maioria dos países.

No Brasil, a realidade é semelhante. Embora as mulheres sejam maioria contabilizadas na população com poder economicamente ativo e formação superior, elas ainda enfrentam barreiras para acessar cargos de direção, conselhos administrativos e ocupações de decisões políticas, o que evidencia a tenacidade das práticas discriminatórias e de estruturas excludentes.

Como já visto, desde a colonização brasileira, a sociedade foi estruturada de maneira patriarcal, com os homens ocupando o centro das decisões políticas, econômicas e sociais. Em consequência, as mulheres foram relegadas à esfera privada, protagonizando socialmente como donas de casa, cuidadoras do lar e dos filhos. Esse modelo patriarcal moldou a organização social brasileira e influenciou diretamente a construção da identidade feminina.

No decurso do tempo, as mulheres passaram por diversas lutas e transformações em busca da igualdade de direitos. A exclusão feminina da vida pública e a desvalorização de suas contribuições refletem a desigualdade de gênero enraizada nas estruturas sociais. Essa desigualdade não se limitando à representação política ou ao mercado de trabalho, mas abrange também questões como a divisão sexual do trabalho, a violência de gênero, a desigualdade salarial e o acesso limitado a bens e serviços.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023), mesmo com maior escolarização média, as mulheres ainda ocupam posições de menor prestígio e remuneração inferior em analogia aos homens. Essa disparidade

evidencia que a desigualdade de gênero não é resultado da ausência de qualificação, mas de um sistema que perpetua práticas discriminatórias e hierarquizantes.

Além disso, mulheres ainda são frequentemente alvo de políticas públicas ineficientes, que não consideram as especificidades de gênero. A ausência de perspectiva interseccional que considere não apenas o gênero, mas também fatores como raça, classe social, orientação sexual e território contribui para a manutenção de desigualdades múltiplas e sobrepostas. (Pires, Desirée Silva. 2016).

A desigualdade de gênero, destarte, não se trata de fenômeno isolado, mas um reflexo histórico, estrutural e cultural. Enfrentá-la requer uma transformação profunda nas instituições, nas políticas públicas e na mentalidade social, com o objetivo de garantir que as mulheres tenham acesso pleno e equitativo aos direitos, oportunidades e recursos. (Butler, 2003).

Diante das múltiplas camadas de desigualdade enfrentadas pelas mulheres, especialmente em contextos marcados pelo patriarcado e pelo capitalismo, torna-se evidente que a discriminação de gênero não é apenas um problema isolado, mas parte estrutural de um sistema que historicamente privilegia os homens.

As mulheres continuam a receber salários menores, ocupar menos cargos de liderança e a realizar a maior parte do trabalho doméstico não remunerado.

Segundo o IBGE em estudo recente a diferença no tempo dedicado a tarefas domésticas realizadas por mulheres é quase o dobro do tempo em média (21 horas) em comparação com os homens (11,7 horas) ao realizarem afazeres domésticos.

Aspectos que refletem não só desigualdade de oportunidades, mas também uma lógica capitalista que se apoia na exploração de seu trabalho invisibilizado onerando mulheres de forma sutil e discriminatória.

1.7 COMO OCORRE A DISCRIMINAÇÃO DENTRO DO CONSUMO?

Sob o domínio da Economia Feminista, Fernandez e Ehlers (2022) defendem que a prática da Pink Tax não se resumindo a táticas de mercado, mas é, na realidade, um reflexo de estruturas patriarcais profundamente enraizadas, que historicamente relegam às mulheres papéis sociais que favorecem sua exploração econômica. Esse entendimento oportunamente demonstra que o mercado não age em neutralidade, e sim um agente que reproduz e perpetua as desigualdades de gênero.

Nessa lógica, a discriminação de gênero se materializa de inúmeras medidas no consumo, podendo ser classificada, conforme apontam as pesquisas, em:

- (i) cobrança de preços mais elevados para itens femininos, configurando uma discriminação econômica direta;
- (ii) imposição de padrões estéticos e de consumo que resultam em uma discriminação simbólica; e
- (iii) práticas de oportunismo comercial, que se aproveitam das vulnerabilidades e das construções sociais de gênero para aumentar os lucros (Noronha; Christino; Ferreira, s.d.).

Ainda temos que lidar com a discriminação oculta, que consiste na prática que geralmente não é explicitamente reconhecida pelas empresas, dificultando sua identificação e contestação pelas consumidoras que segundo a classificação tradicional por Pindyck & Rubinfeld temos:

1. Discriminação de 1º grau – preço individual para cada consumidor (personalizado).
2. Discriminação de 2º grau – variação por quantidade ou pacote (ex: atacado vs varejo).
3. Discriminação de 3º grau – preços diferentes por grupos (ex: estudantes, idosos, mulheres).

Essa estratégia comercial cumpre o papel de distinção de preços em que uma empresa cobra preços diferentes para o mesmo bem ou serviço, com base em características do consumidor, como idade, localização, renda, ou, no caso da “pink tax”.

Neste sentido sabemos que a discriminação de preços com base no gênero ocorre quando produtos voltados ao público feminino são sistematicamente mais caros do que aqueles dirigidos aos homens, ainda que sejam funcionalmente idênticos, o que configura uma prática discriminatória e atentatória aos direitos das consumidoras.

A prática que visa maximizar lucros explorando a elasticidade de preço e demanda de diversos grupos de consumidores, acaba por explorar de certa forma a modo que é um gatilho unilateral que reforça estereótipos desfavoráveis ao gênero feminino.

Ademais, a pesquisa desenvolvida pela Prefeitura de Juiz de Fora (2023) reforça o cenário discriminatório, pois ao demonstrar que produtos como cosméticos, roupas, brinquedos, itens de higiene e serviços de estética frequentemente apresentam preços mais altos quando direcionados às mulheres.

2. “PINK TAX” DEFINIÇÃO, CONCEITO E ORIGEM

POR QUE A DESIGUALDADE QUE DEU ORIGEM A UM MOVIMENTO?

O conceito de Pink tax ou "imposto rosa" refere-se ao fenômeno pelo qual produtos voltados especificamente ao público feminino apresentam preços mais elevados do que produtos similares destinados aos homens. O termo deriva do fato de muitos desses produtos serem comercializados em cores como o rosa, embora a prática discriminatória não se restrinja à cor.

Carolyn Maloney, uma política americana que já foi deputada federal por Nova York e atua ativamente em causas pró sociais e igualitárias e utiliza da seguinte definição: A taxa rosa, *Pink tax*, é um termo utilizado para designar o valor excedente o qual as mulheres pagam por produtos designados para o público feminino, sendo estes similares e/ou iguais aos produtos masculinos.

Pink tax representa uma forma sutil, porém persistente, de discriminação de gênero no consumo, revelando práticas de precificação sem justificativa econômica clara e que impõem um ônus financeiro adicional às mulheres. Tal disparidade é observada em diversos setores, como vestuário, brinquedos, produtos de higiene e serviços.

Estudos realizados em diferentes países, incluindo o Brasil, indicam a existência de uma disparidade de preços entre produtos voltados para homens e mulheres, mesmo quando são semelhantes em composição, tamanho e funcionalidade. Essa discrepância afeta principalmente itens de consumo diário e vestuário, revelando um padrão sistemático de precificação discriminatória.

Uma pesquisa recente da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) indica que brinquedos direcionados a meninas custam, em média, 7% a mais do que os destinados a meninos. A discrepância é ainda mais acentuada em produtos de higiene pessoal, nos quais os itens femininos chegam a custar 13% a mais do que os masculinos. Um exemplo emblemático é a diferença de preço em analgésicos contra cólicas, como o ibuprofeno, que podem apresentar variação de até 25% quando rotulados com embalagens destinadas ao público feminino, mesmo possuindo o mesmo princípio ativo e eficácia para ambos os sexos.

Enquanto roupas e acessórios femininos, em especial aquelas que seguem padrões estéticos de cor, forma ou design associados ao gênero, frequentemente

apresentam preços superiores, podendo variar entre 5% e 20%, a depender da marca e do estabelecimento comercial.

Entre os itens com maior disparidade estão lâminas de barbear, canetas, brinquedos, cortes de cabelo e vestuário. (Brito, Ana Cláudia, 2018).

As mulheres, em maioria são responsáveis pela compra de forma direta de 66% e influência na compra de 80% dos bens e serviços consumidos por famílias no Brasil (Popcorn; Marigold, 2000; Petterle; Maletta, 2010).

Como já demonstrado, essa precificação desigual é atribuída, em parte, à atuação conjunta do mercado de consumo, das empresas de marketing e dos departamentos de design, que promovem produtos femininos com aparência diferenciada, porém funcionalmente idênticos aos produtos masculinos.

Entre as variáveis que explicam o surgimento do fenômeno da *Pink tax*, destacam-se argumentos relacionados à diferenciação de custos de produção e à sociologia do consumo. Algumas justificativas apontam que matérias-primas de cores rosa, lilás, salmão e demais que estereotipam ser femininas teriam custo mais elevado, o que elevaria o preço final dos produtos.

Contudo, é questionável se uma simples variação cromática justificaria aumentos de até 7% conforme já demonstrado pelos estudos realizados pela Escola Superior de Propaganda e Marketing.

A partir de um enfoque sociológico, estudos da (ESPM) indicam que essa tendência remonta aos anos 1930, no instante em que o comércio evoluiu majoritariamente às mulheres, dado que os homens trabalhavam fora e as mulheres, responsáveis pelo lar, se dedicavam às compras. Essa prática perpetuou um modelo de consumo voltado ao público feminino, refletindo resquícios do machismo estrutural que ainda influencia o mercado atual.

A prática do imposto rosa evidencia uma forma sutil de desigualdade de gênero no consumo, ao impor custos adicionais às mulheres por produtos equivalentes, comprometendo o princípio da igualdade e violando direitos básicos do consumidor.

Essa conduta acaba por sustentar a desigualdade atribuída ao gênero feminino majoritariamente ao masculino, no que podemos elencar diversos estudos de precedentes e trazer a reflexão os dados empíricos desta questão.

2.1 COMPARAÇÃO DE PRODUTOS EM CATEGORIAS ESPECIFICAS

Imagem 1



Imagem 2



Imagem 3



Imagem 4



Imagem 5

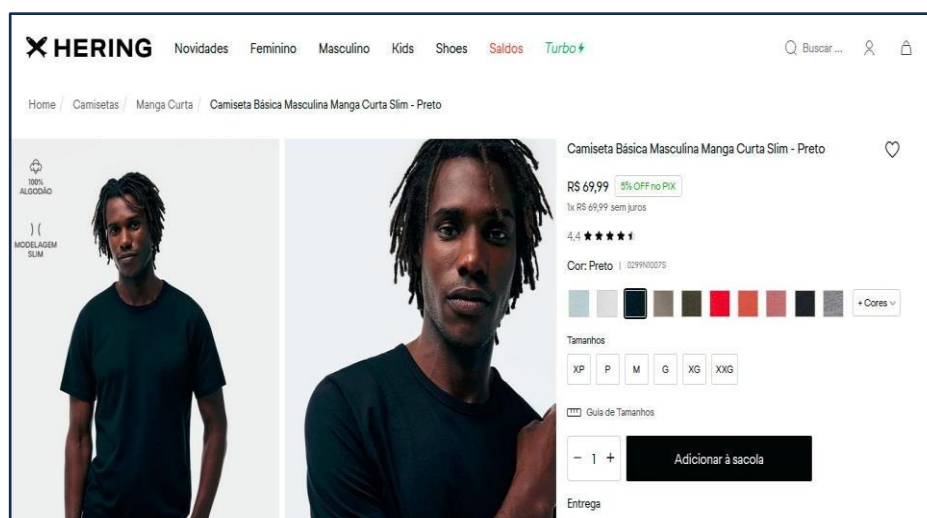


Imagem 6

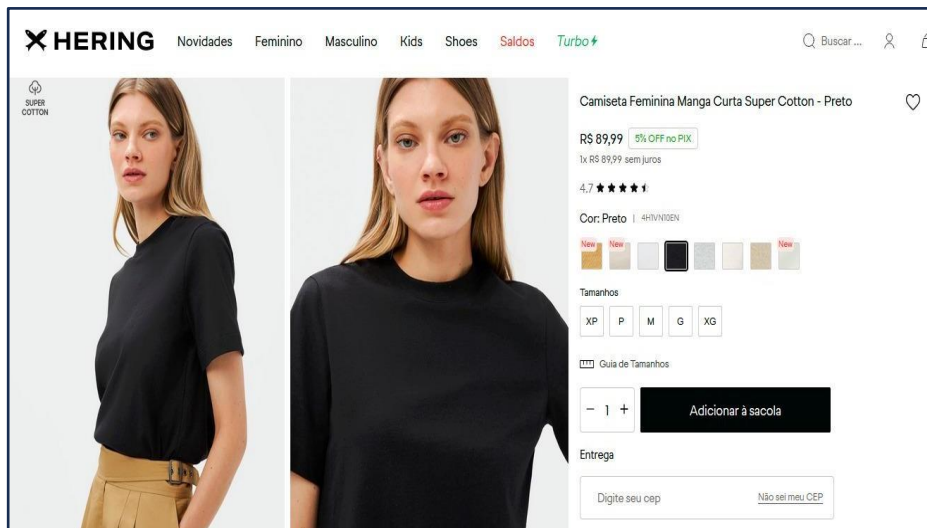


Imagem 7

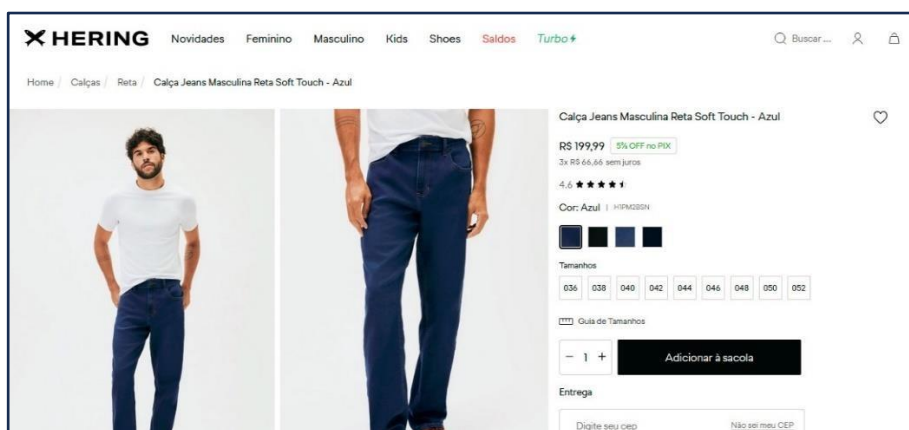
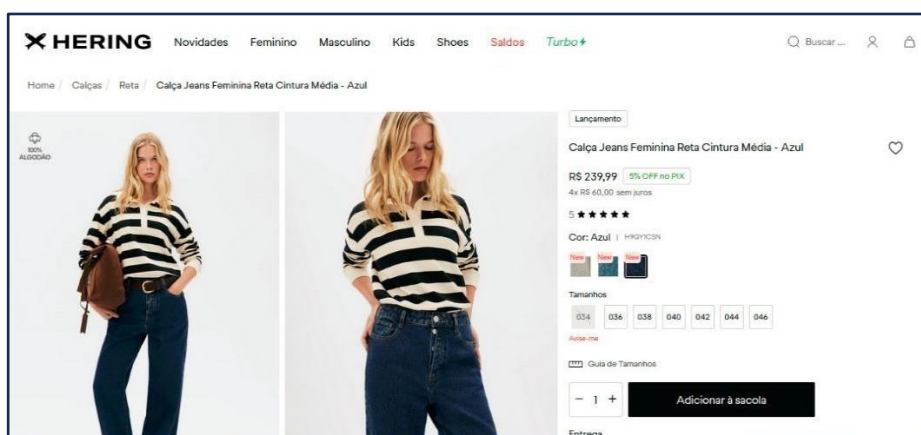


Imagem 8



Segundo o IBGE nos mostram que, em um período anual, uma mulher pode gastar até 12,3% a mais do que um homem em razão da precificação diferenciada em produtos e serviços similares.

O impacto fica ainda mais evidente quando fazemos a reflexão que existe variações regionais na prática no Brasil, compreendendo como a relevância da disparidade de preços pode ser diferente em grandes centros urbanos e regiões periféricas, identificando a disparidade de preços entre produtos masculinos e femininos como mais acentuada, enquanto em outras, essas diferenças são menos evidentes.

2.2 COMO E POR QUE ISSO AFETA AS RELAÇÕES DE CONSUMO?

Além de percebermos que essa prática não encontra justificção nos custos de produção, nos materiais empregados ou nos processos industriais, estando, na verdade, associada à exploração de construções socioculturais de gênero e as facetas das estratégias de mercado baseadas em estereótipos feminino, existem diversas formas que falha na estrutura do consumo.

Corroborando com essa análise, Noronha, Christino e Ferreira (s.d.) explicam que essa forma de discriminação transcende o aspecto meramente econômico, carregando também uma dimensão simbólica.

O mercado assim atua explorando as exigências culturais impostas às mulheres, induzindo-as a consumir uma gama extensa de produtos e serviços, frequentemente com valores significativamente maiores prejudicando assim a identificação e combate de diversas formas, quais sejam:

Aumentando o custo de vida que implica em um gasto adicional significativo, dificultando a manutenção do mesmo padrão de vida em comparação aos homens com renda similar.

Violação da equidade e transparência e a ausência de justificativas claras sobre as diferenças de preço viola o direito à informação e dificulta decisões de compra conscientes.

Erosão da confiança do consumidor a modo que a percepção de injustiça na precificação pode minar a confiança nas marcas e afetar a fidelidade dos consumidores.

Apresentando desafios à defesa do consumidor pela falta de transparência e a sutileza das práticas discriminatórias que dificultam ações de fiscalização e proteção por parte dos órgãos de defesa.

3. POLÍTICAS PÚBLICAS: COMO O BRASIL ESTÁ LIDANDO COM O FENÔMENO

No campo jurídico, embora o artigo 5º, inciso I da Constituição Federal de 1988 estabelece o seguinte:

“Art. 5º, I – homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição.”

A efetivação desse direito ainda encontra obstáculos. A persistência de práticas discriminatórias e a ineficiência na implementação de políticas públicas voltadas à equidade de gênero demonstram a necessidade de avanços significativos no combate às desigualdades.

Em território brasileiro ainda que engatinhando para a conscientização popular existe a discussão para o combate na prática, portanto ainda sem regulamentação específica sobre a "Pink tax", mas algumas iniciativas legislativas e jurídicas apontam avanços.

No desígnio de sanar o abuso temos os Artigos do CDC que podem bem sutilmente atuar de maneira preliminar a essa questão identificamos o artigo 35 que garante direitos do consumidor em caso de descumprimento da oferta e o artigo 37 proíbe a prática de propaganda enganosa, e ainda o artigo 39 que estabelece uma lista de práticas abusivas que são proibidas aos fornecedores de produtos ou serviços.

Entretanto, como dito anteriormente atuam de forma ligeiramente sutil no cerne da questão, não tipificado a discriminação sofrida pelo gênero feminino.

Outro ponto que contribui para caminhar em direção a regulamentação pode e deve ser a elaboração de Leis que supram a necessidade feminina, conforme demonstrado pelo Projeto de Lei nº Projeto de Lei nº 950, de 2021 que propõe a proibição de variações de preços entre produtos semelhantes de gêneros diferentes, salvo justificativa técnica documentada e 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. O projeto de lei sugere a adoção esta data em homenagem à Eufrásia Teixeira Leite, que foi a primeira

mulher brasileira a investir na bolsa de valores no ano de 1873, a data em questão foi o dia de nascimento da investidora no ano de 1850.

Além da conscientização é necessário abordar e reduzir essa discrepância, via diversas políticas públicas a serem implementadas, dentre elas a regulamentação e transparência de preços que consiste em criar leis que proíbam explicitamente a discriminação de preços com base no gênero. Essas leis devem assegurar que produtos de categorias similares tenham preços equivalentes, independentemente de serem direcionados a homens ou mulheres. Assim poderíamos exigir que as empresas forneçam justificativas claras para qualquer diferença de preço entre produtos direcionados a diferentes gêneros. Isso inclui a necessidade de detalhes sobre as variações de preço em rótulos e publicidade.

Ainda respaldado em lei regras que obriguem os fabricantes a fornecerem descrições detalhadas dos custos compras de matéria prima, produção e marketing que justifiquem a influência discrepante dos preços.

Já em conscientização da sociedade a abordagem ficaria por implementar na educação para conscientizar, elaborar campanhas públicas informando os consumidores sobre a existência da "Pink tax", que para muitos ainda é desconhecido tema e os efeitos dessa prática. Ainda discutindo a viabilidade de conscientização, parte dessa mudança aconteceria por meio de incorporação das informações e discussão sobre desigualdade de preços e práticas de marketing discriminatórias no currículo escolar e universitário para formar uma consciência crítica desde cedo. Uma alternativa extremamente importante que ajudaria ao combate à discriminação de gênero seriam cursos sobre economia de gênero e justiça social dentro da matriz curricular das instituições de ensino.

Analisando pela vertente empresarial e Industrial, seria de interesse acontecer em formato de Incentivos Fiscais para Práticas de Preços Justos. Oferecendo incentivos fiscais ou subsídios para empresas que adotam políticas de preços iguais para produtos direcionados a diferentes gêneros. Isso pode encorajar as empresas a revisarem suas práticas de precificação. Trabalhando na redução de impostos para empresas que se comprometem a eliminar a diferença de preços baseada em gênero. Contudo, falando em escala global e prejuízos reais a mulher consumidora, a implantação de certificações e reconhecimento de preço justo, criando um diferencial competitivo para elas no mercado, sendo programas de certificação que avaliem e premiem empresas que mantêm preços iguais para os mesmos produtos, ainda que

produzido em cores diferentes caracterizando o direcionamento de gênero. Abordando medidas preventivas e de proteção a sociedade torna-se inevitável o apoio e engajamento comunitário, criando maior visibilidade. Cada vez mais a colaboração com ONGs, grupos femininos e associações de defesa do consumidor para desenvolver e promover políticas que visem combater a "pink tax" e outras formas de discriminação econômica.

CONCLUSÃO

A análise da "*Pink Tax*" no contexto brasileiro revela como estruturas históricas e culturais de desigualdade de gênero ainda moldam as relações de consumo no país. A diferenciação de preços baseada no gênero, embora muitas vezes sutil, naturalizada e desapercibida, representa um reflexo direto da desigualdade material e simbólica enfrentada pelas mulheres. No Brasil, onde o machismo estrutural e a divisão sexual do trabalho seguem como pilares de um sistema desigual, a imposição de valores mais altos sobre produtos femininos contribui para a perpetuação de mais uma violência contra as mulheres, a violência econômica.

Combater mais esse abuso é um caminho longo e de muito estudo, que pode permear desde campanhas de conscientização até propostas legislativas que podem servir como referência para o cenário brasileiro.

Nesse sentido, a promoção de políticas públicas, o incentivo à educação crítica para o consumo e a regulação mais eficaz do mercado são caminhos indispensáveis para mitigar essa prática discriminatória.

Por fim, compreender a *Pink Tax* como um fenômeno multifacetado, que envolve consumo, gênero, economia e direito, exige o engajamento de diferentes atos sociais, do legislador ao consumidor em prol da construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

REFERÊNCIAS

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995.

BRASIL. Senado. **Projeto de Lei nº 950, de 2021. Institui a Semana Nacional de Mobilização, Conscientização e Estimulo à adoção da Campanha contra o Imposto Rosa**. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg->

[getter/documento?dm=8941887&ts=1756313932422&disposition=inline](#). Acesso em: 07 de abril 2025.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2024]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Diário Oficial da União, Brasília, 12 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm.

BRITO, Ana Cláudia. **Discriminação de preços entre gêneros no mercado de consumo: o impacto do “imposto rosa” no Brasil**. 2018. Disponível em: [link]. Acesso em: 28 abr. 2020.

BUTLER, Judith. **Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity**. New York: Routledge, 1990.

BUTLER, Judith. **Gênero: questionando a subjetividade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CONNELL, R. W. **Masculinities**. Berkeley: University of California Press, 1995. CONNELL, R. W. **Masculinities**. 2. ed. Cambridge: Polity Press, 2005.

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING (ESPM). **O mercado de consumo feminino e a perpetuação do machismo estrutural: uma análise sociológica**. 2022.

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING (ESPM). **Mulheres pagam mais por produtos rosa**. Nota Alta ESPM, 15 mar. 2021. Disponível em: <https://notaalta.espm.br/o-assunto-do-dia/mulheres-pagam-mais-por-produtos-rosa/>. Acesso em: 21 maio 2025.

FERNANDEZ, Ana Claudia; EHLERS, Lorena. **Pink Tax: por que elas pagam mais do que eles? Uma análise à luz da Economia Feminista**. Revista de Direito, Economia e Sociedade, v. 3, n. 1, p. 1-20, 2022.

IBGE. **Desigualdade de Gênero no Mercado de Trabalho**. 2023. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102066_informativo.pdf. Acesso em: 11 maio 2025.

IBGE. **Estatísticas de Gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil**. 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 23 maio 2025.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. Petrópolis: Vozes, 1997.

MALONEY, C. B. **Earn Less, Pay More: The State of the Gender Pay.** CONGRESSWOMAN, 2018. Acesso em: 25 ago. 2019.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). **Mulheres nas Empresas: Transformações, Desafios e Oportunidades.** Genebra, 2022. Disponível em: <https://www.ilo.org/pt-pt/resource/news/achieving-gender-equality-employment-rates-would-take-almost-two-centuries>. Acesso em: 26 maio 2025.

O TEMPO. **Produto feminino é 10% mais caro do que similar masculino.** 2017. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/economia/produto-feminino-e-10-mais-caro-do-que-similar-masculino-1.1404774>. Acesso em: 26 maio 2025.

PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. **Microeconomia.** 8. ed. São Paulo: Pearson, 2014. Disponível em: <https://home.ufam.edu.br/salomao/Introducao%20a%20micro/2a%20Prova/Apostilas/Intromicro%20prova%202%20-%20Pindyck.pdf>. Acesso em: 18 de maio de 2025.

PNAD Contínua. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - Outras Formas de Trabalho.** IBGE, 2019. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101722>. Acesso em: 25 maio 2025.

POPCORN, Faith; MARIGOLD, Lys. **Público – Alvo: mulher – Evolution - 8 verdades do marketing para conquistar sua consumidora do futuro.** 1. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

PREFEITURA DE JUIZ DE FORA. **Estudo sobre a taxaço rosa: análise de práticas de diferenciação de preços por gênero no mercado de consumo.** PROCON/JF, 2023. Disponível em: https://www.pjf.mg.gov.br/administracao_indireta/procon/pesquisas/arquivos/taxa_ro_sa.pdf. Acesso em: 27 maio 2025.