



SUPERENDIVIDAMENTO FEMININO: ANÁLISE PELO BALCÃO DO CONSUMIDOR DA UNIJUÍ
FEMALE OVER-INDEBTEDNESS: A CASE STUDY FROM UNIJUÍ'S CONSUMER ADVOCACY DESK

KREUTZ, Eduarda Franke

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUÍ)

Ijuí, Brasil

eduarda.kreutz@sou.unijui.edu.br

GATTO, Joaquim Henrique

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUÍ)

Ijuí, Brasil

gatto@unijui.edu.br

SERRER, Fernanda

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUÍ)

Ijuí, Brasil

fernanda.serrer@unijui.edu.br

RESUMO

Objetivo do Estudo: Explorar a questão do superendividamento feminino, destacando as especificidades e vulnerabilidades que afetam as mulheres nesse contexto, especialmente sob a influência da chamada "pink tax". **Metodologia/Abordagem:** Análise qualitativa de dados e revisão de literatura relacionada ao superendividamento e à discriminação de gênero no consumo, juntamente com um estudo de caso do Balcão do Consumidor da UNIJUÍ. **Originalidade/Relevância:** O estudo aborda uma lacuna significativa na pesquisa sobre superendividamento, focando no impacto desproporcional sobre as mulheres, ampliado por práticas de mercado como a "pink tax", que ainda são pouco exploradas academicamente. **Principais resultados:** Identificação de fatores que contribuem para o superendividamento feminino, incluindo desigualdades salariais e práticas de mercado que visam especificamente o público feminino, como preços mais altos para produtos de igual funcionalidade. **Contribuições Teóricas/Metodológicas:** O artigo contribui para a teoria de gênero e estudos de consumo, proporcionando uma análise aprofundada das estruturas que perpetuam o superendividamento entre mulheres e destacando a necessidade de abordagens diferenciadas na legislação e na política pública. **Contribuições Sociais/Para a Gestão:** Sugestões para políticas de proteção ao consumidor que considerem as especificidades de gênero, potencialmente reduzindo o superendividamento e apoiando a equidade econômica para mulheres. **Palavras-chave:** Mulheres; Superendividamento; Taxa rosa; Vulnerabilidade; Direito do Consumidor.

ABSTRACT

Study Objective: To explore the issue of female over-indebtedness, highlighting the specific vulnerabilities affecting women in this context, especially under the influence of the so-called "pink tax". **Methodology/Approach:** Qualitative data analysis and literature review related to over-indebtedness and gender discrimination in consumption, along with a case study from the Consumer Desk at UNIJUÍ. **Originality/Relevance:** This study addresses a significant gap in research on over-indebtedness by focusing on the disproportionate impact on women, amplified by market practices such as the "pink tax," which are still underexplored academically. **Main Findings:** Identification of factors contributing to female over-indebtedness, including wage inequalities and market practices specifically targeting the female audience, such as higher prices for products with identical functionality. **Theoretical/Methodological Contributions:** The article contributes to gender theory and consumption studies by providing an in-depth analysis of the structures that perpetuate over-indebtedness among women and highlighting the need for differentiated approaches in legislation and public policy. **Social/Management Contributions:** Suggestions for consumer protection policies that consider gender specifics, potentially reducing over-indebtedness and supporting economic equity for women. **Keywords:** Women; Over-Indebtedness; Pink Tax; Vulnerability; Consumer Rights.



1. INTRODUÇÃO

A crescente incidência do superendividamento, especialmente entre as mulheres, desencadeia uma série de preocupações sociais e econômicas que merecem atenção detalhada. Este estudo foca na vulnerabilidade feminina ao endividamento excessivo.

O fenômeno do superendividamento, embora contemporâneo em sua nomenclatura, tem raízes históricas profundas, especialmente no que tange ao gênero. Historicamente, as mulheres foram excluídas de muitos aspectos da vida econômica formal, tendo acesso limitado ao crédito e a oportunidades de geração de renda. Essa exclusão histórica tem implicações diretas na vulnerabilidade econômica feminina observada hoje, exacerbada em contextos de crise como a pandemia global. Compreender esse contexto histórico é fundamental para analisar as soluções legais e políticas adequadas para enfrentar o superendividamento entre mulheres, considerando suas particularidades econômicas e sociais.

O marco regulatório mais recente sobre o superendividamento no Brasil, estabelecido pela lei nº 14.181/21, busca oferecer um alívio estrutural, definindo claramente quem é considerado superendividado e delineando mecanismos para a renegociação de dívidas de maneira que a subsistência básica do indivíduo não seja comprometida. Contudo, um aspecto que recebe pouca atenção, mas que é de vital importância, é a "*pink tax*". Essa prática consiste na cobrança de preços mais altos para produtos destinados ao público feminino, uma estratégia de mercado que implica uma dupla penalidade para as consumidoras: a financeira e a de gênero. A interseção de gênero e questões econômicas torna as mulheres particularmente suscetíveis a práticas de mercado predatórias e à discriminação de preços, fenômenos que exacerbam seu estado de dívida.

Este estudo visa explorar a complexidade do superendividamento feminino no Brasil, enfatizando como a '*pink tax*' e outras práticas de mercado específicas de gênero exacerbam as dificuldades econômicas enfrentadas pelas mulheres. O superendividamento, que desproporcionalmente afeta mulheres, é agravado por fatores como disparidades salariais e práticas de mercado como a '*pink tax*', onde produtos destinados ao público feminino frequentemente possuem preços elevados em



comparação aos produtos masculinos equivalentes. A pesquisa também abordará as lacunas nas políticas públicas e na legislação que falham em proteger eficazmente as consumidoras. Serão analisadas a incidência e os efeitos econômicos da 'pink tax', as repercussões sociais e econômicas do superendividamento entre mulheres, a eficácia das leis existentes como a Lei do Superendividamento, e o papel das instituições de defesa do consumidor no combate a essas questões. Além disso, o estudo propõe desenvolver recomendações para ajustes na legislação e políticas públicas, visando reduzir o superendividamento e promover a equidade econômica para as mulheres no Brasil. Este esforço não apenas enriquece o debate acadêmico, mas também fornece diretrizes valiosas para a implementação de políticas eficazes no campo do direito do consumidor e resolução de conflitos, contribuindo significativamente para a construção de uma sociedade mais justa e equitativa.

Para tanto, emprega uma metodologia qualitativa, envolvendo a análise de literatura pertinente e a investigação dos impactos reais dessas dinâmicas na população feminina. Através da análise de dados do Balcão do Consumidor da UNIJUÍ, parte do Projeto de Extensão "Conflitos Sociais e Direitos Humanos", busca-se compreender como as mulheres são especialmente afetadas pelo superendividamento e quais estratégias podem ser eficazes para mitigar esse problema.

Delineando a estrutura do artigo, inicialmente contextualiza-se o superendividamento e a discrepância de gênero no mercado consumidor. Em seguida, detalha-se a problemática da "*pink tax*" e sua influência no endividamento feminino, culminando com uma discussão sobre as respostas institucionais a essas questões, incluindo a atuação dos órgãos de proteção ao consumidor. Esta análise não apenas preenche uma lacuna importante na literatura existente, como também orienta futuras políticas e intervenções destinadas a promover a equidade econômica e social.

2 A LEI DO SUPERENDIVIDAMENTO E SEUS IMPACTOS NO CENÁRIO JURÍDICO-SOCIAL

A Lei do Superendividamento, de nº 14.181, foi sancionada em 1º de julho de 2021, modificando componentes do Código de Defesa do Consumidor e do Estatuto do Idoso, com o objetivo de proporcionar aos consumidores um aprimoramento nas



disciplinas de crédito e na prevenção e tratamento do superendividamento já estabelecido.

De acordo com a legislação em vigor, o artigo 54-A, §1º do CDC define como superendividada a pessoa natural, de boa-fé, que se encontra incapaz de pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis e vincendas, sem comprometer seu mínimo existencial (Brasil, 2021).

Neste contexto, Bolade (2012) argumenta que o superendividamento não é apenas uma questão econômica do consumidor de boa-fé, mas também um fenômeno jurídico-social, exigindo soluções propostas pelo direito. Bolade (2012) observa que o superendividamento ocorre por diversos motivos, nem sempre devido a um consumo desenfreado, mas muitas vezes relacionado à necessidade de usar créditos para cobrir dívidas cotidianas, o que, aliado à falta de organização financeira, resulta em superendividamento.

Gonçalves e Pereira (2022) enfatizam a importância da Lei nº 14.181/2021 (Brasil, 2021) ao introduzir uma solução para mitigar esse problema. A legislação propõe o parcelamento das dívidas do devedor junto aos credores, de acordo com um plano de pagamento que deve ser homologado judicialmente, podendo durar até cinco anos. Este plano requer a busca por um acordo por meio de uma audiência de conciliação entre consumidor e credores. Na ausência de um acordo conjunto, o plano de pagamento pode se tornar compulsório, através de processo judicial.

Gonçalves e Pereira (2022) destacam que a resolução deste conflito depende da comunicação eficaz entre as partes, que devem buscar a melhor forma de resolver o conflito, de maneira benéfica para todos os envolvidos. Somente com o apoio das instituições de defesa do consumidor, os participantes conseguem criar planejamentos e soluções personalizadas às necessidades e possibilidades de cada um.

Além disso, é crucial discutir o conceito de mínimo existencial mencionado na Lei nº 14.181/2021 (Brasil, 2021). Embora não definido explicitamente na lei, conforme Gonçalves e Pereira (2022), o mínimo existencial é entendido como o necessário para que a pessoa superendividada e seus dependentes vivam com dignidade. Portanto, conforme a legislação que regula o superendividamento, é essencial que o indivíduo superendividado demonstre sua incapacidade de quitar todas as dívidas sem comprometer sua existência digna, além de provar que chegou a essa situação



involuntariamente, agindo sempre de boa-fé. A lei não visa perdoar as dívidas dos devedores insolventes, mas sim ajudá-los a quitá-las de forma que não prejudique sua dignidade ou a de seus dependentes. Através do auxílio de órgãos de defesa do consumidor e da análise precisa do problema, permite-se uma solução personalizada e única para cada pessoa superendividada. Entretanto, ainda é relevante questionar por que as mulheres estão, cada vez mais, sendo vítimas do superendividamento e como a pandemia do coronavírus contribuiu para o aumento do número de mulheres superendividadas.

Apesar dos avanços significativos trazidos pela Lei do Superendividamento, desafios persistem na sua aplicação prática, especialmente no que concerne à proteção efetiva das consumidoras femininas. A legislação, embora abrangente, muitas vezes não é suficientemente específica para lidar com as complexidades do endividamento que afeta desproporcionalmente as mulheres. Problemas como a falta de mecanismos de fiscalização efetiva e a dificuldade de acesso aos recursos judiciais por parte das consumidoras superendividadas são barreiras que ainda necessitam de atenção. Uma análise detalhada das falhas na implementação e propostas de ajustes legais poderiam ser valiosas para reforçar a capacidade dessa legislação de atender às necessidades específicas das mulheres.

2.1 O Superendividamento Feminino Durante o Período Pandêmico

É fundamental analisar a condição feminina durante o período pandêmico, que foi marcado por dificuldades significativas para a população em geral, mas que impactou de forma especialmente severa a parcela feminina da população. Flores (2009) argumenta que, apesar dos proclamados avanços em igualdade formal, a realidade mostra que, no ambiente de trabalho, as mulheres são colocadas em uma posição social inferior à dos homens.

Flores (2009) também destaca o fato socialmente reconhecido de que o trabalho doméstico é frequentemente visto como uma responsabilidade feminina. Assim, as mulheres não apenas cumprem jornadas de trabalho fora de casa, mas também lhes são atribuídas as tarefas domésticas.



Com a pandemia de coronavírus afetando a economia global, todas as camadas da sociedade sentiram o impacto, incluindo muitas mulheres que, devido à prevalência de trabalho informal entre elas, perderam suas fontes de renda ou tiveram reduções significativas nos seus ganhos.

Palmeira e Barletta (2021) destacam que o superendividamento pode ser tanto passivo quanto ativo. O superendividamento passivo ocorre quando dívidas são acumuladas por eventos da vida, como acidentes, desemprego ou morte de um familiar que contribuía para as despesas. O superendividamento ativo, por outro lado, surge quando o consumidor acumula dívidas além de sua capacidade financeira, devido a negligência ou imprudência.

Segundo Marques (2015), entre os superendividados passivos, as mulheres são predominantes, especialmente porque muitas são as principais, se não as únicas, provedoras de suas famílias. Adicionam-se a isso fatores como idade, que aumenta a vulnerabilidade às propagandas abusivas e invasivas, além de cláusulas contratuais unilaterais que complicam a compreensão das consequências jurídicas. Marques (2015) ressalta a necessidade de retomar as discussões de gênero, dado que as mulheres pobres são frequentemente as mais afetadas pelo superendividamento, lutando para cobrir suas despesas e, muitas vezes, assumindo múltiplas jornadas de trabalho.

Palmeira e Barletta (2021) enfatizam como a construção social de um padrão feminino estereotipado é crucial para a lógica do mercado de consumo. A publicidade facilmente acessível tem impulsionado o superendividamento, afetando desproporcionalmente as mulheres. Além disso, o acesso fácil ao crédito por meio de instituições não bancárias tornou-se um fator crítico durante a pandemia, levando muitas mulheres ao superendividamento devido à necessidade de manter a estabilidade doméstica sem um plano financeiro adequado para o pagamento e quitação das dívidas.

É também essencial ressaltar que as mulheres são vítimas de uma violência simbólica, perpetuada pelo mito da perfeição, que muitas acreditam ser alcançável por meio de procedimentos estéticos custosos. Isso tem levado muitas a inadimplência, impulsionadas pelo mercado de cosméticos e cirurgias plásticas, e ampliado por mídias digitais e impressas (Palmeira & Barletta, 2021).

Claramente, as mulheres consumidoras estão sujeitas a diversas formas de abuso consumerista, tanto pela necessidade de manter a vida doméstica, recorrendo a créditos



facilmente acessíveis para atender necessidades imediatas, quanto pela imposição histórica de padrões de beleza e perfeição. Adicionalmente, é importante destacar outro fator prejudicial às mulheres, conhecido como *pink tax*, que será abordado em seguida.

3 A DINÂMICA DA PINK TAX E SEUS IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS

As áreas da vida em sociedade atualmente enfrentam desigualdades que não se referem às diferenças biológicas, mas sim à produção social da existência e aos conceitos construídos em torno dos sexos. Ehlers (2022) afirma que essa produção social de existência atribui de maneira desigual responsabilidades de produção e reprodução social, fundamentadas em princípios sexistas, racistas e classistas. Essas relações de opressão são fatores que colaboram nas desigualdades sociais, fortemente enraizadas na sociedade devido ao forte pensamento machista ainda existente.

Além disso, Ehlers (2022) menciona que, dado o fato de que o conceito de gênero é, em sua base, uma construção social, é necessário entender que este conceito é também utilizado dentro da sociedade de produção e consumo. A mídia desempenha um papel importante, impulsionando padrões de consumo por gênero, frequentemente reforçando as identidades criadas através de produtos destinados principalmente ao público feminino.

Segue-se a análise do fenômeno chamado "*pink tax*". A "*pink tax*", ou taxa rosa, corresponde a uma taxa adicional cobrada sobre os produtos considerados femininos. Lucca e Oliveira (2021) discutem a importância de considerar a tributação de gênero e como esses tributos são aplicados de forma desigual. De acordo com Yazicioglu (2018), o conceito de *pink tax* surgiu em 2014 com uma campanha iniciada pela francesa *Georgette Sand*. A campanha incluiu uma petição online com a hashtag #WomenTax, que mais tarde foi substituída por '*taxe rose*', o termo francês para impostos rosas.

A 'Pink Tax' não apenas afeta economicamente as mulheres através de preços mais altos, mas também perpetua estereótipos de gênero através das práticas de mercado. Ao cobrar mais por produtos direcionados às mulheres, reforça-se a noção de que há um custo adicional em ser mulher na sociedade atual. Este fenômeno contribui para a manutenção de uma cultura que vê as mulheres como consumidoras primárias de produtos 'não essenciais', o que pode influenciar negativamente a percepção social



sobre o valor e a importância do consumo feminino. Expandir a discussão para incluir essas dimensões culturais e sociais da 'Pink Tax' poderia enriquecer a análise e oferecer uma perspectiva mais holística sobre os desafios enfrentados pelas consumidoras."

Em 2015, o Departamento dos Consumidores da cidade de Nova York publicou um estudo evidenciando que os produtos femininos custavam em média 7% a mais que os produtos similares destinados ao público masculino (Lucca & Oliveira, 2021). Esse cenário mostra que determinados produtos têm um preço mais elevado devido ao fato de serem rosas ou possuírem alguma característica que os classifique como femininos.

Conforme o Art. 5º do Código Tributário Nacional (CTN) (Brasil, 1966), os tributos se subdividem em impostos, taxas e contribuições de melhoria. Atualmente, não se sabe onde a *pink tax* pode ser classificada, visto que ainda está sendo questionada, mas pensadores do tema têm optado por classificá-la como uma taxa, considerando-a uma taxa invisível aplicada aos produtos com destinação ao gênero feminino (Ehlers, 2022).

A pesquisa de Mariano (2018) realizada no Brasil mostrou que os produtos destinados ao público feminino são cerca de 12.3% mais caros do que os mesmos produtos destinados ao público masculino. Além disso, existe uma grande disparidade na quantidade e nos modelos de artigos disponíveis, sendo muito superiores aqueles destinados ao público feminino.

Ehlers (2022) explica que os fabricantes e comerciantes justificam as variações de preços devido ao maior custo de produção dos artigos destinados ao público feminino. No entanto, ao analisar produtos de características extremamente similares, apenas com diferenciações de cor, os valores variam, não sendo essa justificativa plausível.

A diferenciação de preço pode ser ocasionada não apenas pela composição dos produtos, mas também pelo fato de muitas mulheres desconhecerem a Pink Tax e seus efeitos, o que leva os vendedores a acreditar que o público feminino está disposto a pagar mais pelos bens e serviços.

Dada a responsabilidade histórica das mulheres pelos cuidados domésticos, elas figuram como as maiores consumidoras de produtos essenciais, mas sofrem com as disparidades de cobrança. No Brasil, o salário feminino é, majoritariamente, inferior ao masculino, o que constitui uma desigualdade de renda significativa. Com fenômenos como a *pink tax*, essa desigualdade é agravada, diminuindo ainda mais o poder de compra das mulheres.



Sousa (2020) argumenta que a *pink tax* é uma violação à isonomia material, estabelecendo diferentes preços com base no gênero, sem apresentar justificativa para a existência de tais diferenças que oneram as mulheres, evidenciando que o mercado opera de maneira danosa e inconstitucional.

No Brasil, não existe legislação específica contra a incidência da *pink tax*, entretanto, o Código de Defesa do Consumidor (CDC), em seu artigo 39, incisos V e X, prevê como abusiva e, conseqüentemente, proíbe qualquer prática comercial que engrandeça preços sem um motivo justificável.

Percebe-se, portanto, a necessidade de que este assunto seja mais amplamente discutido e debatido, para que essa forma de taxa seja amplamente compreendida e, enfim, poder ser combatida. A importância de órgãos como os PROCONS e os Balcões do Consumidor, que, após maiores estudos sobre o caso e sua incidência, podem passar a atuar efetivamente, denunciando casos nos quais a incidência da *pink tax* é perceptível, bem como auxiliando na prevenção da população quanto à existência dessa nova modalidade de taxa cobrada.

Para tanto, faz-se necessário abordar agora acerca do órgão atuante conhecido como Balcão do Consumidor, que integra as atividades do Projeto de Extensão "Conflitos Sociais e Direitos Humanos: alternativas adequadas de resolução e tratamento.

4 O Balcão do Consumidor e sua importância nas relações consumeristas envolvendo mulheres

O conflito é considerado inevitável nas relações humanas. As diferenças sociais, culturais, de percepção de mundo e de valores frequentemente causam discordâncias que resultam em conflitos. Contudo, a resolução desses conflitos pode influenciar decisivamente na maneira como eles afetam a vida das pessoas.

Os órgãos de proteção ao consumidor emergem como fundamentais nesse contexto, representando muitas vezes a única via de acesso à justiça para indivíduos que não têm condições de buscar representação legal privada. Essas instituições desempenham um papel crucial na garantia de que as novas regulamentações sejam cumpridas, proporcionando a credores e devedores uma forma justa e viável de resolver suas obrigações financeiras.



Nesse contexto, os mecanismos alternativos e especialmente adequados de resolução de conflitos são apresentados como uma forma efetiva de acesso à justiça. A autocomposição é vista como uma via rápida e personalizada para a resolução de disputas, permitindo que as partes desenvolvam soluções que se ajustem melhor ao conflito em questão, garantindo a participação ativa das partes envolvidas e promovendo o diálogo entre elas.

É importante destacar que o Balcão do Consumidor surgiu de uma parceria entre a UNIJUÍ, o Ministério Público Estadual e o Município de Ijuí, que, após debates em 2013, resolveram criar um convênio entre si, pelo qual o projeto passou a atuar em Ijuí conjuntamente às instalações do PROCON. O projeto está vinculado ao Curso de Graduação em Direito da UNIJUÍ.

Dentre os objetivos do projeto, destaca-se o de fomentar a criação e qualificação dos espaços públicos que possibilitem o exercício da cidadania pela população, possibilitar ações individuais e coletivas que objetivem a efetivação dos direitos fundamentais, dando especial ênfase aos relacionados ao direito do consumidor, bem como de promover e incentivar a discussão e possibilitar a aplicação prática de formas alternativas e adequadas de tratamento dos conflitos oriundos das relações de consumo (UNIJUÍ, 2021).

Em Santa Rosa, devido a um convênio firmado entre a UNIJUÍ e o Procon Estadual, as atividades do Balcão do Consumidor foram implementadas a partir de 10 de outubro de 2018. Suas atividades são desenvolvidas junto ao prédio do Escritório Modelo (UNIJUÍ, 2021). Em Três Passos, a implementação do Balcão do Consumidor foi possibilitada pelo convênio firmado entre a UNIJUÍ, o Município de Três Passos e o Ministério Público do Rio Grande do Sul. As atividades tiveram início em 09 de março de 2015, sendo desenvolvidas junto ao prédio do Escritório Modelo (UNIJUÍ, 2021).

Tendo atuação em todos esses locais, vale ressaltar que o Balcão do Consumidor realiza um trabalho de extrema importância. Atendendo a população, no Balcão são acolhidas as reclamações que os consumidores sustentam ocorrência de lesão. A partir disso, os bolsistas acompanhados pelo professor orientador devem encontrar o melhor encaminhamento jurídico para o caso, a fim de solucionar o conflito da melhor maneira possível. Dentre as variadas formas de solução, destaca-se a tentativa de estabelecer o diálogo diretamente para com o fornecedor envolvido na demanda, oferecendo-lhe



prestar maiores esclarecimentos acerca da lide e convidando-o a participar efetivamente da resolução do problema (UNIJUÍ, 2021).

Caso essa primeira tentativa não demonstre sucesso, e havendo a possibilidade de composição, opta-se por designar audiência de tentativa de conciliação ou mediação, na qual os envolvidos poderão dialogar e buscar conjuntamente uma solução para o conflito. Quando as tentativas de resolução extrajudicial mostram-se infrutíferas, o consumidor recebe orientações para buscar seus direitos previstos no Código de Defesa do Consumidor, podendo, se for o caso, ingressar judicialmente com acompanhamento de Advogado particular, da Defensora Pública ou até mesmo pelo próprio Escritório Modelo da Universidade (UNIJUÍ, 2021).

Com o objetivo de proteger o consumidor como parte mais vulnerável da relação consumerista, o ordenamento jurídico brasileiro tem criado diversos mecanismos de proteção. Visando possibilitar o acesso do cidadão à justiça, tem criado e fomentado mecanismos de defesa, com isso criando um ambiente de segurança e possibilitando com maior facilidade o acesso da população a profissionais capacitados. Além disso, a criação de leis como a de nº 14.181 - Lei do Superendividamento - tem demonstrado a preocupação crescente do Estado em proteger os consumidores para evitarem cair em insolvência, e quando isto de fato ocorre, possui mecanismos para auxiliá-los a recuperar-se desta situação. Esse fato é de suma importância, pois como já foi referido, os fatores prejudiciais ao público consumidor feminino muitas vezes são imperceptíveis, como o caso da *pink tax*. Considerando isso, a legislação atual já demonstra interesse em auxiliar essas pessoas, o que, por conseguinte, poderá acarretar melhorias na legislação visando alcançar essas novas formas de desigualdade consumerista, como o caso da *pink tax*.

Assim, percebe-se que os métodos extrajudiciais visam garantir uma solução adequada às particularidades dos envolvidos, bem como a celeridade, visto que o Poder Judiciário brasileiro se encontra sobrecarregado com as demandas diárias. Considerando isso, órgãos como o Balcão do Consumidor têm-se mostrado uma excelente opção aos cidadãos que possuem conflitos advindos das relações consumeristas, inclusive observando os demais fatores sociais inerentes às relações, como a desigualdade de gênero e a sua relevância na situação em questão.



Relevante também o fato de que o Balcão do Consumidor atende a todos que dele necessitarem, uma vez que não possui barreiras de renda. Todos os consumidores que alegam ter seus direitos consumeristas violados podem solicitar o auxílio do Balcão do Consumidor, para assim alcançar o acesso à justiça e a efetiva resolução do seu conflito.

Além disso, é preciso destacar a importância do projeto para os consumidores hiper vulneráveis, como os idosos, que muitas vezes são vitimados por fornecedores que estabelecem de forma unilateral cláusulas contratuais nos contratos de empréstimo, não respeitando a legislação vigente que impede tal fato. Esses consumidores constantemente são expostos a práticas comerciais abusivas e acabam sendo vitimados por ações desleais dos fornecedores, sendo que, não raras vezes, esses consumidores hiper vulneráveis são do sexo feminino.

Conforme dados dispostos nos relatórios do projeto de extensão (UNIJUÍ, 2021), a maior parte dos atendimentos realizados têm mulheres como consumidoras lesadas. Analisando dados de 01/01/2021 à 31/12/2021, mulheres representam 1248 consumidoras atendidas, o que corresponde à 52,5% dos atendimentos, em face a 1127 homens atendidos, que representam 47,5% dos atendimentos realizados.

Um fato que merece destaque é a faixa etária dos consumidores atendidos pelo Balcão do Consumidor. Considerando o mesmo período, percebe-se que 396 consumidores, o que representa 19,72% dos atendidos têm entre 51 a 60 anos; 540 consumidores, o que representa 26,89% dos atendidos têm 61 a 70 anos e 320 consumidores, o que representa 15,94% dos atendidos têm mais de 70 anos. Isso demonstra que muitos consumidores de terceira idade buscam o Balcão do Consumidor para tentar resolver seus problemas consumeristas, visto representarem uma parcela muito vulnerável às relações de consumo (UNIJUÍ, 2021).

4.1 Impactos das Desigualdades de Gênero nas Relações de Consumo e o Papel do Balcão do Consumidor

Com base no exposto, observa-se que as mulheres são frequentemente vítimas de práticas abusivas nas relações de consumo por variados motivos. Primeiramente, o papel das mulheres como provedoras do lar, muitas vezes como única provedora em famílias monoparentais, resulta em despesas significativas para a manutenção das



atividades domésticas. Além disso, o período pandêmico trouxe diversas dificuldades financeiras para grande parte da sociedade, incluindo as mulheres. A solução muitas vezes foi a busca por créditos fáceis para atender às necessidades imediatas, frequentemente sem um planejamento adequado para a quitação futura.

Adicionalmente, a pressão pela busca da perfeição da aparência leva a um aumento na procura por cirurgias e procedimentos estéticos, que muitas vezes envolvem custos elevados. Além disso, os efeitos da pink tax também afetam de forma significativa a vida das mulheres, reforçando a violência de gênero agora perpetuada na forma de políticas de consumo, e evidenciando uma política consumerista prejudicial. Vários fatores contribuem para que a incidência da pink tax seja ainda mais danosa, como a idade avançada e a falta de conhecimento específico na área, dificultando o entendimento sobre a incidência dessa taxa e prejudicando substancialmente as consumidoras.

Nesse contexto, destaca-se a importância de órgãos como o Balcão do Consumidor, oriundo do Projeto de Extensão "Conflitos Sociais e Direitos Humanos: alternativas adequadas de resolução e tratamento" da Unijuí, que atua frente à grande incidência do superendividamento feminino. Além de prestar auxílio na resolução dos problemas apresentados, o Balcão do Consumidor também visa auxiliar na prevenção de novos problemas, buscando orientar a população sobre questões relacionadas a problemas consumeristas. Portanto, verifica-se a crescente importância deste projeto, sendo essencial para possibilitar o acesso à justiça por todas as parcelas da população.

Por fim, ressalta-se que a desigualdade de gênero não se limita a uma única esfera social, mas também interfere nas relações de consumo de maneira mascarada, porém eficiente. As mulheres também acabam sofrendo com a inadimplência devido a fatores históricos, seja pela busca exacerbada pelo padrão estético extremamente custoso exigido ou mesmo pela necessidade de arcar com despesas domésticas elevadas, das quais muitas vezes são as únicas responsáveis, especialmente em famílias monoparentais onde são as únicas provedoras.

Devido a isso, os órgãos de proteção ao consumidor têm se tornado cada vez mais importantes, não apenas para proteger a parte consumidora vulnerável, mas também para atuar ativamente visando prevenir casos de superendividamento, alertando e informando a população sobre os perigos do superendividamento e as



formas de evitá-lo. O superendividamento feminino é um tema de suma importância e que deve ser mais amplamente discutido.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação acerca do superendividamento feminino, em especial sob o impacto da "*pink tax*", constitui um esforço para compreender como as estruturas socioeconômicas e de mercado exacerbam as desigualdades de gênero. O presente estudo alcançou seu objetivo geral de demonstrar os motivos que tornam as mulheres mais vulneráveis ao superendividamento, principalmente em um período desafiador como o da pandemia de coronavírus. O exame detalhado das políticas e práticas que influenciam essa condição revelou que, além das disparidades salariais já conhecidas, as mulheres enfrentam uma carga adicional imposta pela discriminação de preços nos produtos de consumo específicos para o seu gênero.

Ao longo do estudo, foi possível atingir objetivos específicos, como a análise do impacto da lei nº 14.181/21 sobre o superendividamento e a identificação de práticas de mercado prejudiciais, como a "*pink tax*". A partir dessas análises, emergiram evidências de que, apesar dos avanços legislativos, ainda há uma necessidade significativa de adaptação dessas leis para que elas considerem as nuances de gênero, de modo a proteger efetivamente o público feminino contra práticas econômicas injustas. Este achado sublinha a necessidade de uma fiscalização mais rigorosa e de políticas públicas que visem diretamente às especificidades do superendividamento feminino.

De um modo geral, este estudo se insere em um campo vital de investigação que cruza as fronteiras entre o direito e a gestão de conflitos, focando em como disparidades econômicas e sociais afetam desproporcionalmente mulheres no contexto do superendividamento. O superendividamento feminino, exacerbado pela prática discriminatória da "*pink tax*", emerge como um desafio jurídico e social que demanda estratégias jurídicas inovadoras e interdisciplinares. Este trabalho, ao abordar essas questões, propõe-se a ampliar a compreensão sobre a proteção jurídica do consumidor e a gestão eficaz de conflitos financeiros, seguindo uma linha de pesquisa que visa fortalecer as práticas legais e a equidade social.



Além disso, a análise das políticas de proteção ao consumidor e da recente legislação sobre o superendividamento, particularmente em relação às mulheres, destaca a necessidade de uma aplicação mais consciente e adaptada das leis para melhor atender às necessidades específicas do público feminino. Este artigo, ao detalhar como o direito pode ser aplicado para mitigar os efeitos da "*pink tax*" e reduzir o superendividamento entre as mulheres, contribui significativamente para o avanço das práticas jurídicas que focam em soluções práticas e teóricas que promovem a justiça e a equidade. Tal abordagem não apenas enriquece o debate acadêmico, mas também oferece diretrizes valiosas para a implementação de políticas eficazes no campo do direito e da resolução de conflitos.

Teoricamente, este artigo contribui para os estudos de gênero e direito do consumidor ao integrar conceitos de economia feminista com a legislação de proteção ao consumidor. Esta integração oferece uma nova perspectiva sobre como as leis podem ser reformuladas ou criadas com uma sensibilidade aguçada para as questões de gênero. Praticamente, fornece uma base para que os formuladores de políticas e os órgãos de proteção ao consumidor possam desenvolver intervenções mais eficazes que considerem as vulnerabilidades específicas das mulheres no contexto do mercado de consumo.

Contudo, o estudo não está isento de limitações. A principal delas é a falta de dados quantitativos mais amplos que poderiam fornecer uma base mais robusta para generalizações sobre a prevalência e os impactos específicos da "*pink tax*" no Brasil. Além disso, a análise foi confinada a um contexto brasileiro, o que pode limitar a aplicabilidade dos achados em contextos internacionais sem estudos complementares.

Para futuras pesquisas, recomenda-se a expansão do escopo de estudo para incluir uma análise comparativa entre diferentes países, a fim de explorar como variadas legislações tratam a questão do superendividamento feminino e da "*pink tax*". Além disso, estudos longitudinais que acompanhem a evolução da situação do superendividamento feminino após a implementação de novas políticas poderiam fornecer insights valiosos sobre a eficácia das medidas adotadas. Também seria produtivo investigar mais profundamente a percepção das consumidoras sobre as práticas de mercado e sua influência na decisão de compra, para melhor entender as dinâmicas que perpetuam o superendividamento.



Outra linha de investigação necessários à a relação entre educação financeira e superendividamento entre as mulheres, considerando diferentes faixas etárias e contextos socioeconômicos. A compreensão dessa relação poderia orientar o desenvolvimento de programas educativos personalizados que visem fortalecer a autonomia financeira feminina, potencialmente reduzindo as taxas de endividamento. Ademais, um estudo que mapeie o impacto da educação financeira sobre as decisões de consumo poderia oferecer dados valiosos para ajustar e melhorar as políticas públicas, visando um alcance mais eficaz e uma diminuição substancial nos casos de superendividamento.

Outra linha de pesquisa que merece atenção é a análise do papel dos meios de comunicação e das campanhas publicitárias na perpetuação da "pink tax" e seu efeito no comportamento de compra das consumidoras. Investigar como essas práticas de marketing influenciam a percepção de valor e a decisão de compra pode ajudar a identificar estratégias para contrabalançar narrativas prejudiciais e promover uma representação mais equitativa de produtos destinados a mulheres. Esses estudos não só elucidariam as dinâmicas de mercado, mas também poderiam guiar regulamentações mais estritas contra práticas de preços discriminatórios.

Este estudo oferece uma contribuição significativa ao desvelar as complexidades do superendividamento feminino e ao destacar a necessidade urgente de abordagens jurídicas e políticas que reconheçam e abordem especificamente as vulnerabilidades das mulheres no contexto econômico atual. As descobertas aqui apresentadas sublinham a importância de uma legislação mais inclusiva e de práticas de mercado justas, que não apenas previnam a exploração financeira das mulheres, mas também promovam a equidade de gênero de maneira mais ampla. Ao fornecer uma base sólida para futuras pesquisas e ao sugerir direções claras para políticas públicas, este trabalho reafirma o compromisso com a construção de uma sociedade mais justa e equitativa, onde o gênero não seja um fator de desvantagem econômica.

Conclui-se que o presente artigo não apenas ilumina uma área crítica de preocupação social e econômica, mas também lança as bases para futuras investigações que poderão aprimorar as estratégias legais e econômicas para combater o superendividamento de maneira justa e igualitária.



REFERÊNCIAS

Bolade, G. A. (2012). O Superendividamento do Consumidor como um Problema Jurídico-Social. *Revista Eletrônica do Curso de Direito das Faculdades OPET*. Curitiba PR - Brasil, Ano III, nº 8, p. 180-209.

Brasil. (2021). Decreto-lei nº 14.181, de 1º de julho de 2021. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento.

Ehlers, A. C. D. S. T. (2022). *Injustiças tributárias e gênero: o caso da Pink Tax*. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Gonçalves, C. R. N., & Pereira, P. S. V. (2021). O superendividamento no ordenamento jurídico brasileiro. *Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo*, 7(1), 75–92.

Herrera Flores, J. (2009). *A (re) invenção dos direitos humanos* (C. R. D. Garcia, A. H. G. Suxberger, & J. A. Dias, Trans.). Florianópolis: Fundação Boiteux.

Lucca, L. M., & Oliveira, M. C. de N. S. (2021). PINK TAX NO BRASIL: Investigações Preliminares. *PUC Minas, Revista Virtuajus*, 6(11), Ética, Direito e Alteridade.

Mariano, F. (2018). *Taxa Rosa*. São Paulo: Escola Superior de Propaganda e Marketing.

Palmeira, C. S. de S., & Barletta, F. R. (2021). Reflexões sobre direitos humanos e o superendividamento de mulheres na pandemia do Coronavírus. *Revista Eletrônica de Direito do Centro Universitário Newton Paiva*, (43), 347-363. Recuperado em 19 de fevereiro de 2022.

Sousa, R. V. O. (2020). PINK TAXES OU PREÇOS SEXISTAS. *Revista Interdisciplinar Sistemas de Justiça e Sociedade*, 1(1), 52-58.

UNIJUÍ. (2019). *Projeto de extensão conflitos sociais e direitos humanos: alternativas adequadas de tratamento e resolução*. Ijuí: Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul; Departamento de Ciências Jurídicas e Sociais, Coordenação: Fabiana Fachinetto.

UNIJUÍ. (2021). *Projeto de extensão conflitos sociais e direitos humanos: alternativas adequadas de tratamento e resolução*. Ijuí: Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul; Departamento de Ciências Jurídicas e Sociais, Coordenação: Francieli Formentini.

Yazucioglu, A. E. (2018). *Pink tax and the law: discriminating against women consumers*. Nova York.