

## **PINK TAX NO BRASIL: Investigações Preliminares**

## **PINK TAX IN BRAZIL: Preliminary Investigations**

Lívia Maria Lucca\*  
Maria Clara de Neto Sales Oliveira\*\*

### **RESUMO**

O termo *Pink Tax*, em tradução livre para o português significa “imposto rosa” ou “tributo rosa” e é uma expressão que faz referência ao sobrepreço de certos produtos destinados às mulheres. Pressupõe-se que, muitas vezes, o fato de um produto ser da cor rosa ou apresentar algumas especificações que possam identificá-lo como feminino, o torna mais caro do que produtos idênticos ou similares, mas considerados como neutros ou com características masculinas. A presente pesquisa pretende testar a seguinte hipótese: os produtos de uso destinado às mulheres são mais caros que os produtos destinados aos homens. Para tanto, foram levantados dados para analisar a (in)existência dos impostos rosas, comparando preços dos produtos e monitorando os valores por meio do comércio online e mediante pesquisa do produto no sítio eletrônico das lojas.

Palavras Chaves: Pink tax. Impostos rosas. Extrafiscalidade. Tributação. Gênero. Mulheres.

### **ABSTRACT**

The term Pink Tax, in free translation into Portuguese, means “impostos rosas” or “tributos rosas” and is an expression that refers to the surcharge of certain products intended for women. It is assumed that, often, the fact that a product is pink in color or has some specifications that may identify it as feminine, makes it more expensive than identical or similar products, but considered as neutral or with masculine characteristics. This research intends to test the following hypothesis: products intended for women are more expensive than products intended for men. For this purpose, data were collected to analyze the (in)existence of pink taxes, comparing product prices and monitoring the values through online commerce and by researching the product on the stores' website.

Keywords: Pink tax. Extrafiscality. Taxation. Gender. Women.

## **1 INTRODUÇÃO**

A desigualdade entre homens e mulheres é tema de profundas reivindicações dos movimentos feministas, que enxergam a ausência de isonomia como causa de inúmeros problemas sociais enfrentados pelas mulheres.

---

Artigo submetido em 28 de dezembro de 2021 e aprovado em 08 de fevereiro de 2022.

\* Mestranda em Direito Público pela PUC Minas. E-mail: [livialucca42@gmail.com](mailto:livialucca42@gmail.com).

\*\* Graduada em Direito pela PUC Minas. E-mail: [maricn2009@hotmail.com](mailto:maricn2009@hotmail.com).

Considera-se matriz dessa desigualdade a consolidação do patriarcado ao longo da História, sistema cujo protagonista é o homem “pater” e, nesse sentido, reservou às mulheres o papel coadjuvante nos estratos sociais, consolidando uma cultura sexista e androcêntrica. Dessa maneira, as discriminações de gênero estão presentes em vários institutos da sociedade, senão todos, delineando um problema estrutural.

De início, é preciso esclarecer como o termo gênero será entendido neste trabalho. Márcia Tiburi (2018) explica que a palavra gênero ficou conhecida nos anos 1970 quando passou a ser utilizada como categoria de análise e afirma que, em certo sentido, gênero é a mesma coisa que sexo.

Entende-se que é importante fazer este recorte, pois atualmente, em muitas teorias de viés feminista, a palavra gênero é totalmente dissociada do sexo biológico. Contudo, o que busca identificar nesta pesquisa são as discriminações existentes entre homens e mulheres *cisgênero*. Portanto, neste estudo, a palavra gênero corresponde ao mesmo que sexo biológico.

Recentemente, tem crescido estudos sobre a existência da desigualdade entre homens e mulheres nas legislações fiscais e tributárias. Pesquisas têm demonstrado que as mulheres pagam mais tributos que os homens, seja na comparação de preços de produtos masculinos e femininos semelhantes – os chamados *pink tax* – seja através da interpretação do padrão de consumo entre os gêneros.

Tathiane Piscitelli (2019), nome expoente que está trazendo a discussão para o Brasil, esclarece que o termo “não se trata tecnicamente de um tributo, mas da constatação fática de um ônus econômico a que as mulheres estão submetidas no consumo de itens direcionados a elas.”

Como já mencionei em outras oportunidades, apesar de a relação entre tributação e gênero ainda ser incipiente no Brasil, internacionalmente o debate já está consolidado. Suas origens remontam o movimento sufragista: a ausência do direito à voto resultava em falta de representatividade legislativa e, assim, legitimidade para cobrança de impostos sobre mulheres – tratava-se da extensão do slogan no *taxation without representation*, forjado no contexto da independência dos Estados Unidos da América. Atualmente, a discussão alcançou outros níveis: debate-se a maior carga tributária sobre as mulheres em razão da pesada tributação do consumo na maior parte dos países em desenvolvimento e, ainda, a existência de ônus tributários mais acentuados sobre bens de aquisição tipicamente femininas. Ao lado disso, o fato de os produtos mais consumidos pelas mulheres serem comparativamente mais caros do que suas versões masculinas tem resultado em debates sobre o chamado “pink tax” – não se trata tecnicamente de um tributo, mas da constatação fática de um ônus econômico a que as mulheres estão submetidas no consumo de itens direcionados a elas. (PISCITELLI, 2019)

A relação das mulheres com a tributação é antiga e tem estrita conexão com o Movimento Sufragista, ocorrido no final do século XIX e início do século XX, onde as mulheres pleiteavam o direito ao voto, uma vez que eram consideradas contribuintes, utilizando do lema “*no taxation without representation*”.

Naquele contexto, mulheres – brancas e proprietárias de terra – se recusaram a pagar os tributos incidentes sobre suas propriedades, eis que eram impedidas de exercer o direito ao voto. Hoje, a discussão se ampliou e os sistemas tributários têm sido analisados sob a ótica da desigualdade de gênero.

Exemplo disso é o que chamamos de *Pink Tax* ou Imposto Rosa: um fenômeno que vem crescendo nas discussões econômicas e tributárias de viés feminista, e que questiona a tendente discriminação de gênero por meio da diferença de preços de certos produtos vendidos no mercado.

O termo *Pink Tax*, em tradução livre para o português significa “imposto rosa” ou “tributo rosa” e é uma expressão que faz referência ao sobrepreço de certos produtos destinados às mulheres. A hipótese é que, muitas vezes, o fato de um produto ser da cor rosa ou apresentar algumas especificações que possam identificá-lo como feminino, o torna mais caro do que produtos idênticos ou similares, mas considerados como neutros ou com características masculinas.

Correlato ao tema, encontramos importantes estudos que analisam os diferentes impactos tributários entre os gêneros. Para tanto, aprofunda-se na compreensão das diferenças laborais entre os sexos, trabalho não remunerado, diferenças nos padrões de consumo, responsabilidade pelo cuidado e demais atividades culturalmente destinadas às mulheres e que impactam diretamente na economia e no pagamento dos tributos.

Todavia, na presente pesquisa, buscamos analisar estritamente o fenômeno *pink tax* e averiguar a sua incidência (ou não) no comércio local. Para tanto, foram levantados dados preliminares sobre produtos com características femininas, masculinas e neutras para a comparação dos seus respectivos preços. Em razão da pandemia da Covid-19 a coleta das amostras em lojas físicas restou inviabilizada e a análise foi feita pela *internet*.

## 2 CONCEITOS E DADOS PRELIMINARES

A tributação é uma das fontes de arrecadação do Estado para suprir as necessidades dos serviços públicos e exerce um impacto direto sobre a vida das pessoas. A política tributária, portanto, não é neutra às características socioeconômicas que se insere, podendo impactar de forma diferente conforme a situação laboral do indivíduo, o tipo de lugar em que vive e o seu gênero (GHERARDI, ENRÍQUEZ, 2008).

Antes de tratarmos sobre a metodologia da pesquisa e os resultados obtidos, importante traçarmos conceitos fundamentais para a compreensão do tema.

Falar de tributação e gênero implica entender como a cobrança dos tributos, sobretudo, dos impostos, atinge de forma desigual homens e mulheres. Com essa análise, o discurso vem acompanhado da denúncia do fenômeno conhecido como *pink tax* – foco do presente estudo.

*Pink taxes*, ou impostos rosas, não são uma espécie tributária específica, nem mesmo um imposto propriamente dito. O termo teve origem na constatação intuitiva de que os produtos destinados às mulheres – em sua maioria cor-de-rosa – seriam mais caros que produtos semelhantes destinados ao público masculino. É o que propomos investigar.

A professora e pesquisadora turca Alara E. Yazicioglu explica que nos anos 1890, as cores rosa e azul eram neutras aos gêneros. Porém, em pouco tempo, a indústria de roupas e tecidos precisou de alternativas para aumentar o consumo e evitar que as roupas das crianças fossem aproveitadas por outras. Foi dessa maneira que as cores rosa e azul foram codificadas por gênero feminino e masculino, se apresentando como a solução ideal para a indústria e, progressivamente, foi recepcionada pela sociedade. Ao final do século XIX, já era comum aceitar o rosa para meninas e o azul para os meninos. Gradualmente, o rosa foi sendo associado à feminilidade. Apesar disso, o azul não foi edificado com o mesmo valor simbólico do rosa. É comum as mulheres usarem a cor azul com naturalidade, mas, ainda é raro os homens aceitarem produtos cor-de-rosa. (YAZICIOGLU, 2018).

Embora não seja possível traçar a exata origem do termo, o conceito de *pink tax* emergiu em 2014 como resultado da campanha conduzida pela francesa Georgette Sand, quem iniciou uma petição online intitulada “*Monoprix: Stop aux produits plus chers pour les femmes! #WomenTax*”, em tradução livre: ‘parem de cobrar mais caro pelos produtos para mulheres’. Rapidamente, a hashtag *#WomenTax* foi substituída por ‘*taxe rose*’, termo francês para impostos rosas. (YAZICIOGLU, 2018)

Não se sabe por quais razões a hashtag #WomenTax evoluiu para #Taxerose, mas certamente se relaciona com as cores dos produtos destinados às mulheres. Assim, o debate iniciado na França, ecoou para outros países em menos de um ano. A discussão, então, ganhou fôlego quando o Departamento dos Consumidores da cidade de Nova York divulgou, em 2015, estudo demonstrado que os produtos femininos custavam em média 7% a mais que os seus similares masculinos. (YAZICIOGLU, 2018)

O debate se dissolveu para os chamados *tampon tax*, que se refere à tributação incidente sobre os absorventes higiênicos – produtos utilizados exclusivamente por pessoas do sexo feminino. Todavia, o termo não se confunde com *pink tax*.

Para deixar claro a distinção: *pink tax* se refere ao fenômeno ligado ao sobrepreço de produtos destinados ao uso das pessoas do gênero feminino, já *tampon tax* é o questionamento dos impostos incidentes sobre produtos de uso exclusivamente femininos, tais quais os absorventes higiênicos e similares.

Nessa toada, segundo Janet Gale Stotsky a discriminação tributária com viés de gênero pode ser explícita ou implícita. A forma explícita é percebida quando homens e mulheres possuem tratamento diferente na legislação tributária. Já a forma implícita é verificada quando “em razão dos típicos arranjos sociais e comportamentos econômicos, tendem a ter implicações diferentes para homens e mulheres” (STOTSKY, 1996)

A par de tais conceitos, o *tampon tax* pode ser considerado exemplo de discriminação de gênero implícita, pois os absorventes higiênicos e similares são de necessidade básica e uso exclusivo de mulheres.

A legislação brasileira não possui normas tributárias de discriminação explícita, porém existem assimetrias implícitas que devem ser analisadas para fins de enfrentamento da desigualdade de gênero, como por exemplo a tributação dos absorventes higiênicos. Nesse sentido, a literatura sobre o tema aponta para o uso da extrafiscalidade a fim de reduzir os impostos incidentes sobre tais mercadorias e, via de consequência, abrandar a desigualdade verificada.

Geraldo Ataliba (1990) define a extrafiscalidade como “o uso de instrumentos tributários para obtenção de finalidades não arrecadatórias, mas estimulantes, indutoras ou coibidoras de comportamentos, tendo em vista outros fins, a realização de outros valores constitucionalmente consagrados”.

Mizabel Dezi (2010) leciona que tributo extrafiscal é aquele que não almeja, prioritariamente, custear o Estado, mas, antes, ordenar a propriedade de acordo com sua função social ou intervir em dados conjunturais ou estruturais da economia. O legislador tributário tem a faculdade de estimular ou desestimular comportamentos por meio da tributação progressiva ou regressiva, concedendo benefício e incentivos fiscais.

A partir da concepção de que a extrafiscalidade pode ser instrumento de concretização da isonomia entre homens e mulheres, tributaristas feministas apostam na possibilidade de redução/isenção das alíquotas incidentes sobre bens de uso exclusivamente femininos. Além disso, cogita-se a hipótese da existência do fenômeno *pink tax* que onera desproporcionalmente as mulheres consumidoras.

Diante desse quadro, tem-se a conjectura de que determinados produtos, pretensamente, são precificados de forma mais elevada, somente pelo fato de serem rosas, ou por terem alguma característica que os leva a serem classificados como femininos.

Com isso, formulamos a seguinte hipótese: Os produtos de uso destinado às mulheres são mais caros que os produtos destinados aos homens. Assim, passamos a levantar os dados para analisar sua viabilidade, conforme a metodologia adiante explicitada.

Para verificarmos a hipótese acima, analisamos preços de bens disponíveis no mercado e, para tanto, dividimos os produtos em três grupos: (i) Grupo A - Bens de uso exclusivo de pessoas do sexo feminino; (ii) Grupo B - Bens semelhantes, e (iii) Grupo C – Bens análogos.

O Grupo A são aqueles produtos destinados às mulheres e de uso essencial, tais como absorventes higiênicos e similares. O Grupo B engloba produtos quase idênticos, porém alguma característica extrínseca especifica o qualifica como feminino, masculino ou neutro, por exemplo as lâminas de barbear rosa ou azul, shampoo masculino, desodorantes femininos. O Grupo C, por sua vez, representa aqueles bens que não são idênticos, mas apresentam a mesma funcionalidade, apesar da diferença que o qualifica como feminino ou masculino, tais como calcinhas e cuecas, calças jeans masculina e feminina.

Inicialmente, foram listados 183 produtos e seus preços foram monitorados durante os meses de novembro de 2020 a fevereiro de 2021. Ocorre que no mês de dezembro percebemos que poderíamos aumentar o número de produtos para ampliarmos a amostra da pesquisa. Por isso, acrescentamos no Grupo B treze produtos, ficando com o total de 209 produtos, mantendo o monitoramento até fevereiro de 2021. As lojas pesquisadas foram: Lupo, lojas oficiais de times de futebol, Boticário, Super Nosso, Drogaria Araújo, Kalunga, Ri-Happy, Calvin Klein, Hering, Havaianas, Adidas e Natura.

O monitoramento foi realizado pelo comércio online e mediante pesquisa do produto no sítio eletrônico das lojas, com o respectivo registro do preço para controle. A tabela a seguir ilustra a organização quantitativa da amostragem registrada:

Grupo	Quantidade de produtos femininos	Quantidade de produtos masculinos
Grupo A	49	0
Grupo B	39	39
Grupo C	41	41
Total de produtos analisados: 209		

Em consonância, as tabelas abaixo ilustram os produtos que foram pesquisados em ambos os grupos: Grupo B e Grupos C. Os produtos do Grupo A, por serem de uso exclusivamente femininos, não apresentam nenhum correspondente masculino. A amostragem, então, foi separada para futura análise das alíquotas incidentes sobre os produtos e os reais impactos de uma possível isenção tributária na vida útil das mulheres.

<b>Grupo B</b>	
<b>Produtos Idênticos Femininos</b>	<b>Produtos Idênticos Masculinos/Neutro</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desodorante Rexona Aerossol Feminino Active Emotion 150ml</li> <li>• Aparelho de depilar Gillete prestobarba ultragrip móvel 2 unidades ROSA</li> <li>• Shampoo anticaspa clear flor de cerejeira 200ml</li> <li>• Desodorante antitranspirante roll on dove original 50ml</li> <li>• Sabonete em barra dove delicious care leite de coco 90g</li> <li>• Shampoo infantil johnson's baby força vitaminada ROSA 200ml</li> <li>• Creme dental oral-b kids princesas 50g</li> <li>• chupeta kuka soft silicone ortodôntico nº1 unidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desodorante aerossol Rexona Men xtra cool 150ml</li> <li>• Aparelho de depilar Gillete prestobarba ultragrip móvel 2 unidades AZUL</li> <li>• Shampoo anticaspa clear men ice cool menthol 200ml</li> <li>• Desodorante dove roll on men care clear comfort 50ml</li> <li>• Sabonete em barra hidratante dove men care extra fresh 90gr</li> <li>• Shampoo infantil johnson's baby neutro 200ml</li> <li>• Creme dental oral-b kids spiderman 50g</li> <li>• chupeta kuka soft silicone ortodôntico nº1 unidade</li> </ul>

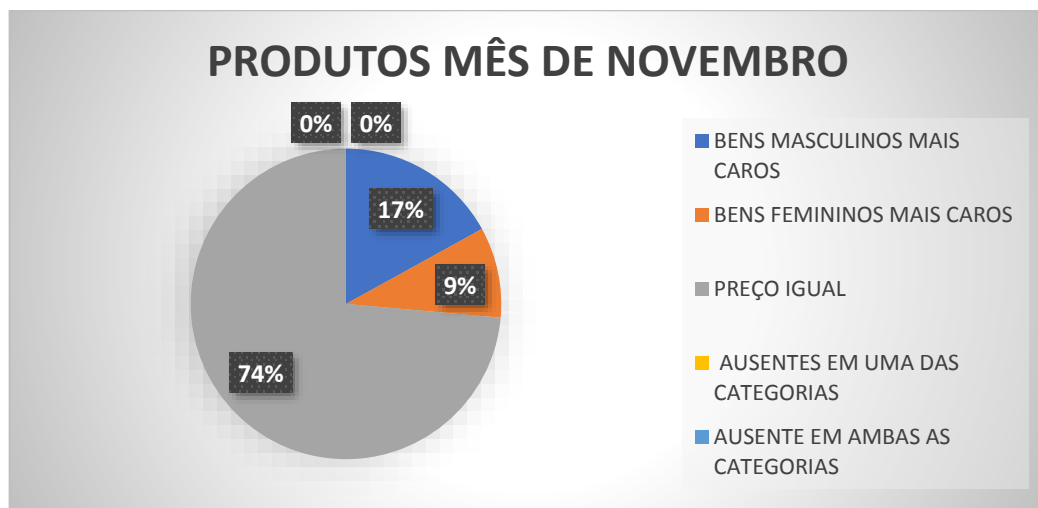
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desodorante antitranspirante Rexona Clinical Extra Dry Women Stick 48g</li> <li>• Sabonete em Barra Rexona Orchid FDresh 84g</li> <li>• Aparelho de Barbear Bic Confort 3 PINK 2 unidades</li> <li>• Tenys Pé Baruel Woman Talco 100g</li> <li>• Creme Dental Infantil Oral-B Kids Minnie com Flúor 50g</li> <li>• Creme Depilatório Corporal DepiRoll Shower Power Hydrate com 130g ROSA</li> <li>• Espuma para depilação Bic Women 100ml</li> <li>• Centrum Mulher 30 comprimidos</li> <li>• VitaMedley Mulher A-Z 30 capsulas</li> <li>• Advil Mulher com 10 capsulas líquidas – ibuprofeno 400mg</li> <li>• Chupeta Nuk Genius Soft Silicone Ortodôntica Tamanho 1 de 0 a 6 Meses com 1 Unidade rosa</li> <li>• Shampoo Infantil Cheirinho de Bebê 210ml Rosa</li> <li>• Kit Cabelo Lolly Oceano Escova + Pente Rosa</li> <li>• Base para Unha Risqué Technology Fortalecedora Hipoalergênico</li> <li>• Microfone com base – barbie – karaokê marca FUN roxo</li> <li>• Guitarra Musical com MP3 Barbie FUN</li> <li>• Bateria Barbie Rock Star Fun</li> <li>• Bola de Volei - Soft Play - - Wilson</li> <li>• Patinete Infantil 3 Rodas Musical Luz e Som ROSA</li> <li>• Garrafa Infantil Com Alça E Canudo 380ml ROSA</li> <li>• Prato com Ventosa Design - Legumes - Lillo ROSA</li> <li>• Boticário EGEO Dolce Rosa Desodorante Colônia 90ml</li> <li>• Shower Gel Cabelo e Corpo Dolce 200g</li> <li>• Desodorante EGEO Body Spray Dolce 100ml</li> <li>• Desodorante Aerosol Dolce 75g</li> <li>• Kalunga Mochila poli c/ rodas G Princesas MAX Dermiwill</li> <li>• Mochila poli c/ rodas 16 M LUXCEL mulher maravilha</li> <li>• Caderno ¼ espiral capa dura 200 fls princesas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desodorante antitranspirante Rexona Clinical Clean Masculino Azul 48g</li> <li>• Sabonete em Barra Rexona Men Active Fresh Azul 84g</li> <li>• Aparelho de Barbear Bic Comfort 3 Pele Normal com 2 unidades</li> <li>• Tenys Pé Baruel Talco Canforado 100g</li> <li>• Creme dental Infantil Oral B Mickey com Flúor 50g</li> <li>• Creme depilatório DepiRoll for men creme corporal 130g</li> <li>• Espuma de Barbear Bic For Men Sensitive 100ml</li> <li>• Centrum Homem 30 comprimidos</li> <li>• VitaMedley Homem A-Z 30 capsulas</li> <li>• Advil – ibuprofeno 400mg com 10 cápsulas líquidas</li> <li>• Chupeta Nuk Genius Soft Silicone Ortodôntica Tamanho 1 de 0 a 6 Meses com 1 Unidade</li> <li>• Shampoo Infantil Cheirinho de Bebê 210ml</li> <li>• Kit Cabelo Lolly Oceano Escova + Pente</li> <li>• Base Fosca para Unha Risqué Homem</li> <li>• Microfone infantil Power Rockers FUN</li> <li>• Guitarra musical Hot Wheels Fun</li> <li>• Bateria Infantil DC Comics Batman Fun</li> <li>• Bola de Volei - Soft Play - - Wilson</li> <li>• Patinete Infantil 3 Rodas Musical Luz e Som</li> <li>• Garrafa Infantil Com Alça E Canudo 380ml</li> <li>• Prato com Ventosa Design - Legumes - Lillo</li> <li>• EGEO Blue Desodorante Colônia 90ml</li> <li>• Shower Gel Cabelo e Corpo Blue 200g</li> <li>• Desodorante Body Spray Blue 100ml</li> <li>• Desodorante Antitranspirante Aerosol Blue 75g/125ml</li> <li>• Kalunga Mochila poli c/ rodas G Toy Story 4 Max Dermiwill PT</li> <li>• Mochila poli com rodas 16 Hot Wheels</li> <li>• Caderno ¼ espiral capa dura 200 fls Liga da Justiça</li> <li>• Caderno ¼ espiral capa dura 200 fls Marvel</li> <li>• Caderno ¼ capa dura 200 fls. Loney Tunes</li> <li>• Caderno ¼ espiral capa dura 200 folhas Mickey</li> </ul>
--	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caderno ¼ espiral capa dura Hello Kitty 200 fls</li> <li>• Caderno ¼ espiral capa dura tsum tsum rosa 200 fls</li> <li>• Caderno ¼ espiral capa dura 200 fls Minnie</li> </ul>	
---	--

<b>Grupo C</b>	
<b>Produtos análogos femininos</b>	<b>Produtos análogos masculinos/neutros</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ck calcinha short modern cotton - preto</li> <li>• Hering Camiseta Básica Manga Curta</li> <li>• Hering Calça Jeans Skinny com elastano</li> <li>• Tintura Creme Koleston Wella Castanho Claro</li> <li>• Biquíni Cortinha Fio Liso Preto</li> <li>• Biquíni Natália Estampado Coqueiro Bco</li> <li>• Havaianas Disney Stylish Minnie</li> <li>• Havaianas Top Disney</li> <li>• Camisa of. Jg 1 c/patroc. Bmg preto feminina- le coq cam 2020/21 r\$ 229,99 feminino</li> <li>• Kit duo calcinhas- bebê</li> <li>• Polo vivos</li> <li>• Enfeite de berço meia lua menina</li> <li>• Camisa Cruzeiro I 20/21 s/nº Torcedor Adidas Feminina</li> <li>• Camisa Cruzeiro Constelação Edição Limitada Feminina</li> <li>• Adidas BLUSA CAPUZ TREFOIL cinza</li> <li>• Adidas Calça Treino Tiro 19</li> <li>• Calça Sereno 19</li> <li>• Camisa Corinthians II 20/21 s/nº Torcedor Nike Feminina</li> <li>• Camisa Flamengo Feminina Jogo 2 Adidas 2020</li> <li>• Camisa São Paulo I 20/21 s/nº Torcedor Adidas Feminina - Branco e Vermelho</li> <li>• Camisa Fluminense FemR\$ 249,90inina Of 1 2020</li> <li>• Camisa Palmeiras Puma I 20/21 - Feminina</li> <li>• Camisa Vasco CT s/nº R\$ 179,99 - Preto</li> <li>• CAMISA 1 SPARTA 2020 FEMININA AMÉRICA</li> <li>• Agenda diária Princesas Ariel 2021 Spiral 1 UM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cueca trunk de modal - preto</li> <li>• Hering Camiseta Básica Manga Curta</li> <li>• Hering Calça Jeans Skinny - com elastano</li> <li>• Tonalizante Biocolor Homem Castanho Claro</li> <li>• SAN MARÉ Sunga Infantil Boxer Lisa Preta</li> <li>• Sunga Adulta Boxer Estampada Bege de Coqueiro</li> <li>• Havaianas Disney Stylish Mickey</li> <li>• Havaianas Top Disney</li> <li>• Ray ban aviator clássico</li> <li>• Camisa oficial jogo i c/patrocinio "bmg preto" le coq cam 2020/21</li> <li>• Kit duo cuecas</li> <li>• Polo vivos menino</li> <li>• Enfeite de berço meia lua -Menino</li> <li>• Camisa Cruzeiro I 20/21 s/nº Torcedor Adidas Masculina</li> <li>• Camisa Cruzeiro Constelação s/nº - Edição Limitada Masculina</li> <li>• Adidas blusa capuz trefoil cinza</li> <li>• Adidas Calça Treino Tiro 21</li> <li>• Calça Treino Sereno 19</li> <li>• Camisa Corinthians II 20/21 s/nº Torcedor Nike Masculina</li> <li>• Camisa Flamengo Jogo 2 Adidas 2020</li> <li>• Camisa São Paulo I 20/21 s/nº c/ Patrocínio Torcedor Adidas Masculina - Branco e Vermelho</li> <li>• Camisa Fluminense Masculina Of 1 Classic s/n</li> <li>• Camisa Palmeiras Puma I 20/21</li> <li>• Camisa Vasco CT s/nº Masculina - Preto</li> <li>• Camisa 1 Sparta 2020 Masculina América</li> <li>• Agenda diária Liga da Justiça 2021 Spiral PT 1 UM</li> </ul>

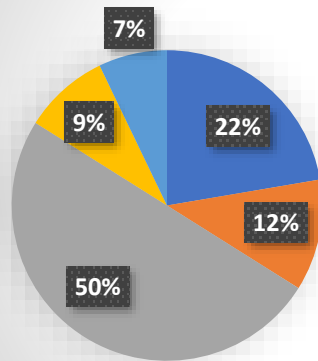
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estojo escolar lata Princesas DYP-023 Western</li> <li>• Calcinha Loba Básica preta</li> <li>• Calça Lupo Legging Feminino Underwear Warm Adulto</li> <li>• Calça Lupo Legging Térmica X Run Woman Adulto</li> <li>• T-Shirt Lupo Warm Feminina</li> <li>• Calcinha Lobinha básica infantil</li> <li>• Calcinha Princesas Kit com 2 unidades infantil</li> <li>• Lupo Meia Disney Minnie Infantil</li> <li>• Lupo Meia Disney Frozen Azul</li> <li>• Lupo Meia Disney Princesas</li> <li>• Natura Essencial Mirra Feminino Deo Parfum 100 ML</li> <li>• Natura Química de Humor Feminino 75 ML</li> <li>• Natura Kaiak Feminino 100 ML</li> <li>• Natura Aero Feminino</li> <li>• Natura Aventura Feminino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estojo escolar lata Avengers DYP 026 Western</li> <li>• Cueca Lupo Boxer preta</li> <li>• Calça Lupo Masculina Underwear Warm Adulto</li> <li>• Calça Lupo Masculina Térmica X Run Emana Adulto</li> <li>• T-Shirt Lupo Masculina Warm Manga Longa Adulto</li> <li>• Cueca Lupo Slip Algodão Infantil</li> <li>• Cueca Carros Slip Kit com 3 unidades infantil</li> <li>• Meia Disney Mickey</li> <li>• Meia Disney Aladim</li> <li>• Lupo Meia Disney Pateta</li> <li>• Essencial Mirra Masculino Deo Parfum 100 ML</li> <li>• Quimica de Humor Masculino 75ML</li> <li>• Natura Kaiak Masculino 100 ml</li> <li>• Natura Kaiak Aero Masculino 100 ml</li> <li>• Natura Kaiak Aventura Masculino</li> </ul>
--	---

Os resultados referentes à análise comparativa entre os produtos do Grupo B e do Grupo C estão representados nos gráficos a seguir:



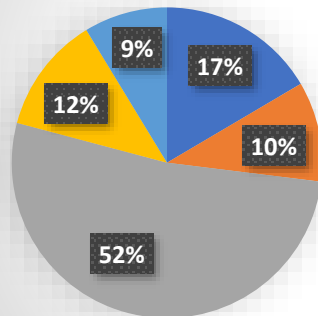


### PRODUTOS MÊS DE DEZEMBRO



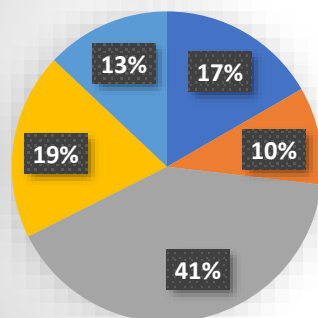
- BENS MASCULINOS MAIS CAROS
- BENS FEMININOS MAIS CAROS
- PREÇO IGUAL
- AUSENTES EM UMA DAS CATEGORIAS
- AUSENTE EM AMBAS AS CATEGORIAS

### PRODUTOS MÊS DE JANEIRO

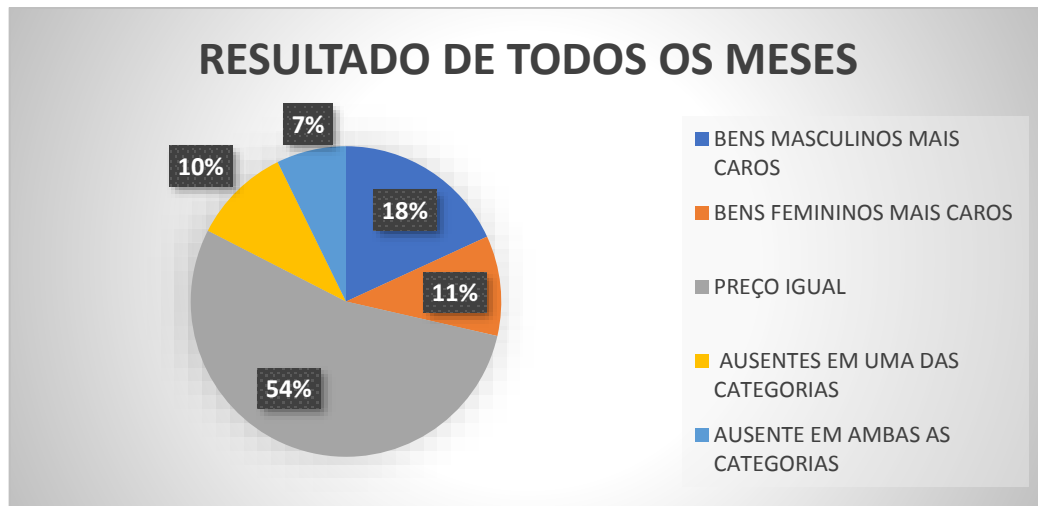


- BENS MASCULINOS MAIS CAROS
- BENS FEMININOS MAIS CAROS
- PREÇO IGUAL
- AUSENTES EM UMA DAS CATEGORIAS
- AUSENTE EM AMBAS AS CATEGORIAS

### PRODUTOS MÊS DE FEVEREIRO



- BENS MASCULINOS MAIS CAROS
- BENS FEMININOS MAIS CAROS
- PREÇO IGUAL
- AUSENTES EM UMA DAS CATEGORIAS
- AUSENTE EM AMBAS AS CATEGORIAS



Registra-se que, como o monitoramento de preços ocorreu mensalmente, alguns produtos estavam ausentes no mercado *online*, o que impossibilitou o registro de seus respectivos preços. Noutro giro, os gráficos acima demonstram que em todos os meses a maioria dos produtos apresentaram preços idênticos. Além disso, verificamos que os produtos masculinos com valores mais elevados representaram maior percentual quando comparados aos produtos femininos mais caros.

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentre os produtos analisados (Grupo B e Grupo C), a análise comparativa de preços demonstrou que, na grande maioria das vezes, os valores são iguais e, não raro, produtos masculinos ou neutros são mais caros que os femininos.

A partir da amostra selecionada e da comparação dos dados coletados, pode-se afirmar que a pesquisa não confirmou a hipótese levantada e não verificou a existência dos impostos rosas nos produtos escolhidos.

No entanto, ressalta-se que os dados obtidos são preliminares e fazem parte do projeto Adote um Pesquisador, junto ao Programa de Pós-graduação em Direito da PUC Minas e ao Núcleo Jurídico de Políticas Públicas. Nesse sentido, a pesquisa sobre a (in)existência dos impostos rosas terá continuidade e poderá confirmar o resultado aqui exposto ou demonstrar o sentido inverso.

Diante dessa constatação preliminar, pode-se cogitar a reação do mercado de bens e consumo às denúncias alavancadas pelo fenômeno *pink tax* que se espalharam por todo o globo. Considerando que a primeira pesquisa de preços ocorreu em Nova York no ano de 2015 e que a coleta aqui registrada se deu nos anos de 2020 e 2021, pode-se levantar nova hipótese de readaptação do mercado às exigências das mulheres consumidoras.

### REFERÊNCIAS

ATALIBA, Geraldo. IPTU: progressividade. *Revista de Direito Público*, v. 23, n. 93, p. 233-238, jan./mar., 1990.

BALEEIRO, Aliomar, DERZI, Misabel. **Limitações Constitucionais ao Poder de Tributar**, 8ª ed, Rio de Janeiro: Forense, 2010.

GHERARDI, Natalia; ENRÍQUEZ, Corina Rodriguez. **La política tributaria como herramienta para la equidade de género: el caso del impuesto a las ganancias sobre personas físicas em Argentina.** 2008

PISCITELLI, Thathiane. Tributação de gênero no Brasil. **Valor Econômico**, 01 de agosto de 2019. Disponível em: <https://valor.globo.com/legislacao/fio-da-meada/post/2019/08/tributacao-de-genero-no-brasil.ghtml>. Acesso em 30/07/2020

STOTSKY, Janet Gale. **Gender Bias in Tax Systems.** Whashington, DC: International Monetary Fund, 1996.

TIBURI, Márcia. **Feminismo em comum.** Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

YAZUCIOGLU, Alara Efsun. **Pink tax and the law: discriminating against women consumers.** Nova York: 2018.