

A INCONSTITUCIONALIDADE VELADA DESIGUALDADE DE GÊNERO DIFUNDIDA PELA *PINK TAX*

*THE VEILED UNCONSTITUTIONALITY OF GENDER INEQUALITY PROMOTED BY THE
PINK TAX*

*LA INCONSTITUCIONALIDAD VELADA DE LA DESIGUALDAD DE GÉNERO
PROMOVIDA POR LA PINK TAX*

Amanda Sentone Guieseler¹
Luiz Carlos Guieseler Junior²

Resumo

O presente trabalho analisa a *pink tax* como uma prática abusiva e discriminatória, que perpetua desigualdades de gênero ao impor preços mais altos em produtos direcionados ao público feminino, muitas vezes sem justificativa válida. Essa diferença de preços explora estereótipos de gênero, comprometendo a igualdade de tratamento entre consumidores e reforçando a objetificação das mulheres, além de contribuir para a discriminação social. O Estado deve adotar medidas eficazes de conscientização e fiscalização, garantindo que os direitos fundamentais, como a igualdade, sejam respeitados e protegendo as consumidoras. Além disso, é necessário que a sociedade se envolva na desconstrução dos estereótipos que alimentam a cultura do consumo voltado para as mulheres, muitas vezes sem uma justificativa legítima para a diferenciação de preços. A erradicação da *pink tax* não é apenas uma questão econômica, mas de justiça social, demandando políticas públicas que combatam essa forma disfarçada de discriminação, promovendo uma sociedade mais justa. A prática da *pink tax* é reflexo claro da desigualdade de gênero, que prejudica as mulheres, principalmente em setores como o mercado de medicamentos, e reforça a marginalização delas no mercado de trabalho e a desigualdade salarial. Para corrigir essa distorção, o Estado deve adotar políticas públicas interseccionais que reconheçam as desigualdades de poder entre os gêneros, promovendo o empoderamento das mulheres e garantindo a igualdade material, conforme a Constituição. A luta pela igualdade de gênero exige ação proativa e democrática por parte do Estado.

Palavras-chave: *pink tax*; desigualdade de gênero; políticas públicas; estereótipo; igualdade.

Abstract

This paper analyzes the pink tax as an abusive and discriminatory practice that perpetuates gender inequalities by imposing higher prices on products aimed at women, often without valid justification. This price difference exploits gender stereotypes, compromising equal treatment among consumers and reinforcing the objectification of women, in addition to contributing to social discrimination. The State must adopt effective awareness and monitoring measures, ensuring that fundamental rights, such as equality, are respected and protecting female consumers. In addition, it is necessary for society to get involved in deconstructing the stereotypes that fuel the consumer culture aimed at women, often without a legitimate justification for price differentiation. Eradicating the pink tax is not only an economic issue, but also a matter of social justice, requiring public policies that combat this disguised form of discrimination, promoting a more just society. The practice of the pink tax is a clear reflection of gender inequality, which harms women, especially in sectors such as the pharmaceutical market, and reinforces their marginalization in the labor market and wage inequality. To correct this distortion, the State must adopt intersectional public policies that recognize the inequalities of power between genders, promoting the empowerment of women and guaranteeing material equality, in accordance with the Constitution. The fight for gender equality requires proactive and democratic action on the part of the State.

¹ Graduada em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (2022). Especialista em Direito Processual Civil pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (2023). Especialista em Direito Civil pelo Centro Universitário Internacional do Paraná (2024). Especialista em Direito Tributário: Gestão e Legislação pelo Centro Universitário Internacional do Paraná (2024). Mestranda em Direito na linha de pesquisa Jurisdição e Processo na Contemporaneidade no Centro Universitário Internacional do Paraná na condição de BOLSISTA/CAPES-PROSUP. Atua no Tribunal de Justiça do Estado do Paraná desde 2019. Advogada inscrita na OAB/PR. Professora Universitária no Centro Universitário Internacional do Paraná. Tem experiência na área de Direito, com ênfase em Direito Processual Civil, Direito Civil e Direito do Consumidor.

² Pós-doutorando em Direito pela UFPR. Doutor e Mestre em Direitos Fundamentais e Democracia. Especialista em Direito Tributário pela UniCuritiba. Especialista em Teoria Crítica de los Derechos Humanos pela Universidad Pablo de Olavide, UPO, Sevilla, Espanha. Advogado. Professor Uninter.

Keywords: pink tax; gender inequality; public policies; stereotype; equality.

Resumen

Este trabajo analiza el impuesto rosa como una práctica abusiva y discriminatoria que perpetúa las desigualdades de género al imponer precios más altos a productos dirigidos a las mujeres, muchas veces sin justificación válida. Esta diferencia de precios explota los estereotipos de género, comprometiendo la igualdad de trato entre consumidores y reforzando la cosificación de la mujer, además de contribuir a la discriminación social. El Estado debe adoptar medidas eficaces de concienciación y fiscalización, garantizando el respeto de los derechos fundamentales, como la igualdad, y protegiendo a las consumidoras. Además, es necesario que la sociedad se involucre en la deconstrucción de los estereotipos que alimentan la cultura del consumo dirigida a las mujeres, a menudo sin una justificación legítima para la diferenciación de precios. La erradicación del impuesto rosa no es sólo una cuestión económica, sino un asunto de justicia social, que exige políticas públicas que combatan esta forma encubierta de discriminación y promuevan una sociedad más justa. La práctica del impuesto rosa es un claro reflejo de la desigualdad de género, que perjudica a las mujeres, principalmente en sectores como el mercado farmacéutico, y refuerza su marginación en el mercado laboral y la desigualdad salarial. Para corregir esta distorsión, el Estado debe adoptar políticas públicas interseccionales que reconozcan las desigualdades de poder entre los géneros, promoviendo el empoderamiento de las mujeres y garantizando la igualdad material, de acuerdo con la Constitución. La lucha por la igualdad de género requiere una acción proactiva y democrática por parte del Estado.

Palabras clave: impuesto rosa; desigualdade de género; políticas públicas; estereotipo; igualdad.

1 Introdução

O presente trabalho tem como foco a análise da desigualdade de gênero difundida pela *pink tax*. Para isso, busca-se desvendar os aspectos fundamentais dessa prática e sua relação com políticas públicas. Assim, dentro dos limites desta pesquisa, a abordagem é delimitada ao campo do direito público, com ênfase nas normas gerais e nos princípios tributários, visando à construção de um sistema tributário mais equilibrado e que mitigue as desigualdades de gênero.

A desigualdade de gênero ainda se manifesta de forma evidente em diversos aspectos da sociedade, como as disparidades salariais, discriminações, pré-julgamentos e até mesmo diferenças de preços. Infelizmente, o simples uso da expressão “desigualdade de gênero” já desperta resistência e desconforto em muitos operadores e intérpretes do direito. A realidade é que o próprio termo “gênero” gera antipatia entre aqueles que não se dispõem a aprofundar o conhecimento sobre o tema, dificultando o avanço de discussões essenciais para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

No entanto, além dessas formas explícitas de desigualdade, a mais preocupante é aquela que ocorre de maneira velada. A *pink tax* representa uma discriminação sutil, muitas vezes imperceptível para a sociedade, mas que impõe uma diferenciação econômica injustificada baseada exclusivamente no gênero. Trata-se de uma prática que reforça desigualdades estruturais ao encarecer produtos destinados ao público feminino sem qualquer justificativa plausível, perpetuando, assim, um cenário de desigualdade econômica e social.

A elevação dos preços de produtos destinados ao público feminino, muitas vezes fundamentada apenas por aspectos estéticos, como a cor rosa (*pink tax*), não guarda qualquer relação com o custo real de produção desses bens. Além disso, essa prática não se baseia em uma função extrafiscal legítima, pois não visa orientar o comportamento dos consumidores.

Trata-se de uma questão de fácil solução, porém deliberadamente negligenciada pelo Estado. O primeiro passo para combatê-la é conscientizar a população sobre essa desigualdade dissimulada a fim de clarificar o impacto negativo dessa conduta, ainda mais para os bolsos do público feminino. Evidentemente, existem diversas outras formas de mitigar essa discriminação, conforme se verá ao longo deste trabalho.

Portanto, o intuito aqui é no sentido de analisar de forma crítica a velada desigualdade de gênero decorrente da *pink tax* e suas consequências (Guieseler Junior, 2021a; Mazza, 2024; Sehn, 2024).

2 A definição básica de *pink tax*

É fundamental analisar brevemente a definição básica de *pink tax* a fim de compreender melhor o percurso a ser trilhado neste trabalho. *Pink tax* refere-se à prática do mercado de cobrar preços diferenciados por produtos de mesma categoria, que utilizam insumos iguais em sua produção, mas que são destinados exclusivamente ao público feminino (Lafferty, 2019; Marimpietri, 2017).

Vale destacar que, apesar do termo “taxa rosa” – em uma tradução literal – sugerir uma relação com a tributação, na realidade não se refere a um tributo, porquanto não se trata de uma espécie tributária prevista no ordenamento jurídico, mas sim uma cobrança extra, de natureza abusiva, imposta ao público feminino pelo mercado consumidor. É importante observar que o aumento de preço se dá sob o argumento falacioso de que os produtos são superiores ou mais adequados por serem destinados às mulheres, perpetuando a ideia de que consomem muito mais do que os homens (Azevedo; Soares; Verbicaro, 2019; Rodríguez, 2019).

Em decorrência, o mercado se aproveita dessa visão estereotipada das mulheres para não apenas reforçar a grande cultura de que mulheres devem estar sempre arrumadas, impecáveis e dentro dos padrões de beleza impostos pela sociedade, de maneira impossível – algo que, por sua complexidade, não é adequado abordar em profundidade neste trabalho – mas também para propagar a desigualdade de gênero (Lafferty, 2019; Marimpietri, 2017).

É evidente que a prática de estabelecer preços com base no gênero do consumidor é claramente abusiva, considerando que o gênero não constitui um critério legítimo para

diferenciação, violando o princípio da igualdade material estabelecido no artigo 5º, inciso I, da Constituição Federal. Ademais, inexistente qualquer fundamento para a discriminação de valores, porquanto as matérias-primas, os maquinários, e os processos de produção dos bens são exatamente os mesmos, não implicando em custos adicionais para o produtor. Na verdade, é vantajoso para o comerciante explorar essa cultura de consumo direcionada ao público feminino para maximizar seus lucros.

Nada obstante, o Código de Defesa do Consumidor, no artigo 6º, assegura como direito fundamental a igualdade nas relações de consumo, bem como o direito à informação e proteção contra práticas abusivas. É cristalino que a sociedade desconhece essa prática reprovável, especialmente porque é executada de forma sutil e dissimulada (Faraco, 2025).

Perceba-se que esse setor do mercado utiliza de um forte marketing agressivo que contribui para a disseminação dessa prática (Ricco; Oliveira, 2017). As propagandas tentam justificar o preço elevado com o argumento de que os produtos são feitos exclusivamente para as mulheres, atendendo suas necessidades e sendo esteticamente mais atraentes (Marimpietri, 2017). Não há problema algum em produtos destinados ao público feminino serem diferenciados, desde que esses diferenciais realmente tragam benefícios para as mulheres. O problema surge quando os preços são elevados sem justificativa válida, simplesmente por serem direcionados ao público feminino.

Seguindo essa lógica, a igualdade de tratamento entre os consumidores será comprometida, uma vez que a definição de preços com base no gênero do consumidor não encontra justificativa em nenhum padrão de equidade ou proporcionalidade (Dimoulis, 2013). Além disso, essa prática reforça desigualdades sociais e, no caso das mulheres, contribui para sua objetificação, além de perpetuar as dificuldades de acesso e a limitação da autonomia social e econômica feminina.

É necessário reconhecer que qualquer tolerância a comportamentos discriminatórios resulta em um grave retrocesso social, pois nega direitos fundamentais da mulher, assegurados pela Constituição e pelas leis infraconstitucionais, especialmente em tempos tão desafiadores como os que vivemos.

A maior preocupação é a mensagem enviada ao mercado transmite, indicando que persistir em práticas ilícitas pode ser economicamente vantajoso. A lógica por trás da *pink tax* é associar o consumo feminino a sentimentos, enquanto os homens são vistos como consumidores movidos por necessidade. Essa abordagem carrega em si uma sensação de que bens para o público feminino não passam de futilidades, justificando a diferença de preços.

Destaca-se que essa prática não legalizada não se configura como um tributo, de modo que inexistente função extrafiscal a fim de influenciar comportamentos sociais (Ricco; Oliveira, 2017).

Veja-se que a *pink tax* gera inúmeras consequências à desigualdade de gênero, como a promoção da cultura de que as mulheres devem estar sempre atualizadas em relação à moda e à beleza, ou a ideia de que gastam mais com produtos supérfluos, até mesmo como uma forma de lidar com seus sentimentos (Azevedo; Soares; Verbicaro, 2019).

A luta pela igualdade de gênero enfrenta resistência em vários setores da sociedade e da economia. Infelizmente, o uso da expressão “desigualdade de gênero” frequentemente provoca resistência e desconforto em muitos profissionais do direito. O fato é que o próprio termo “gênero” desperta aversão entre aqueles que não estão dispostos a se aprofundar no tema, o que dificulta o progresso de debates fundamentais para a criação de uma sociedade mais justa e igualitária.

Portanto, além do público feminino ter de lidar com a cultura do consumo, o marketing agressivo, a pressão da sociedade e a negligência de suas reivindicações, ainda enfrenta a injustiça de pagar um preço mais alto por um produto com as mesmas características e funções de outro destinado ao público masculino.

Por óbvio que muitos podem considerar que a diferença de preço não seja tão significativa a ponto de justificar preocupação jurídica ou social, mas essa não é a realidade observada em pesquisas, como será demonstrado a seguir.

3 O impacto na desigualdade de gênero

Conforme visto, a *pink tax* impacta diretamente na desigualdade de gênero, especialmente ao refletir-se na diferenciação de preços entre produtos semelhantes. Em pesquisa realizada em abril de 2024 pela Macfor (Fischer, 2024), agência digital, cerca de 56% (cinquenta e seis por cento) dos consumidores da empresa afirmaram desconhecer o termo *pink tax*, evidenciando a prática oculta no mercado. Ademais, um levantamento de preços feito pela agência revelou que uma caneta rosa era vendida por R\$ 9,62 (nove reais e sessenta e dois centavos), enquanto uma idêntica de cor amarela custava R\$ 4,99 (quatro reais e noventa e nove centavos).

Percebe-se, portanto, que a maioria da população não tem o mínimo conhecimento sobre essa variação de preços, explicitando a violação ao direito à informação. Evidente que com o nível educacional da sociedade brasileira era de se esperar essa falta de conhecimento,

entretanto, é também um indicativo da exploração econômica que essa prática impõe, especialmente sobre as mulheres.

Um setor particularmente preocupante é o de medicamentos, em que remédios com os mesmos compostos químicos são vendidos para diferentes públicos, com preços significativamente distintos. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) disponibiliza uma lista de preços de medicamentos, de modo que farmácias e drogarias não podem cobrar pelos remédios preço acima do permitido pela CMED (Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos).

De acordo com essa tabela (Brasil, s. d.), o medicamento Buscopan (10 MG/ML SOL GOT OR CT FR GOT VD AMB X 20 ML + SER DOS) pode chegar até R\$ 24,57 (vinte e quatro reais e cinquenta e sete centavos). Por sua vez, o Buscofem (200 MG/ML SUS GOT OR CT FR GOT PLAS PEAD/PEBD OPC X 20 ML) tem seu valor máximo de R\$ 33,65 (trinta e três reais e sessenta e cinco centavos), perfazendo uma diferença de R\$ 9,08 (nove reais e oito centavos).

Note-se que medicamentos destinados ao público feminino, principalmente aqueles voltados para o alívio de cólicas menstruais, apresentam preços significativamente mais altos. Além do mais, um ponto crucial, muitas vezes ignorado pela sociedade, é o fato de que a carga emocional e financeira associada ao risco de gravidez recai, de forma desproporcional, sobre as mulheres.

Ao comparar o custo-benefício de um anticoncepcional oral com o de uma camisinha masculina, claramente o contraceptivo em pílula é mais caro e possui uma série de efeitos colaterais que, a longo prazo, podem acarretar complicações à saúde das mulheres. O medicamento deve ser ingerido mensalmente, de forma que se classifica como uma despesa fixa no planejamento financeiro das mulheres. Além disso, há o constante receio de uma gravidez indesejada, um tema que, embora relevante, seria melhor abordado em outro contexto.

A naturalização da divisão entre as esferas reprodutiva, atribuída às mulheres, e produtiva, associada aos homens, resulta na inserção da mulher no mercado de trabalho de forma secundária e subordinada, ou, ainda, dificulta sua permanência nesse mercado, devido às responsabilidades que lhe são atribuídas. Essas responsabilidades não decorrem de uma escolha livre, mas da própria divisão sexual do trabalho (Canabarro; Salvagni, 2015; Olivera; Vieira; Baeta, 2021).

As limitações impostas por essa visão reduzem a participação feminina tanto na vida política quanto na trajetória profissional, além de impedir que as mulheres se envolvam em

outras atividades, já que é esperado que cuidem sozinhas do lar e da família. Isso a exclui, portanto, das decisões que envolvem tanto sua vida privada quanto pública.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2022 informou que mulheres recebem salários menores que os homens em empresas de 82% (oitenta e dois por cento) das principais áreas de atuação (Quadros, 2018; Lima, 2018). Essa disparidade pode atingir até 68,70% (sessenta e oito vírgula setenta por cento) em cargos iguais, quando comparados os salários de homens e mulheres no mesmo emprego (G1, 2024).

Essa desigualdade de gênero assume uma nova dimensão quando observamos que a vida financeira das mulheres começa com um obstáculo gigantesco, porquanto deve se inserir no mercado de trabalho ao mesmo tempo em que deve cuidar da casa e dos filhos, perfazendo uma jornada tripla. A sociedade atribui às mulheres diversas tarefas e pressões emocionais, mas não a “recompensa” com um salário digno e proporcional.

Nada obstante, para ingressar no mercado de trabalho, espera-se que a mulher siga constantemente as normas impostas pela moda, o que implica a necessidade de investir em sapatos, maquiagem, roupas, acessórios, além de manter as unhas, o cabelo e a depilação sempre em dia. Em contrapartida, os homens não enfrentam tantas exigências nesse sentido.

Desse modo, cobrar valores diferentes em produtos demonstra-se uma injustiça e falta de empatia com o contexto experimentado pelas mulheres. Contudo, por razões econômicas, sociais e culturais, a *pink tax* é menosprezada e ignorada pelos detentores de poder.

Diante desse cenário, o Estado deve tomar certas atitudes a fim de reequilibrar a relação entre homem e mulher, atenuando a desigualdade de gênero e tornando a *pink tax* visível e repudiada pela sociedade, conforme se examinará a seguir.

4 O Comportamento esperado do estado

Em face do exposto, é nítido que o Estado deve adotar medidas para combater a propagação da *pink tax*, principalmente por meio das políticas públicas. Neste momento, serão abordadas três possíveis soluções que podem atenuar essa situação. A primeira delas é a redução das alíquotas dos produtos “cor de rosa” a fim de igualar seus preços com os “azuis” no mercado. É importante notar que essa ação estatal, que visa reduzir os custos de produção dos produtos destinados ao público feminino, seria benéfica tanto para os fornecedores quanto para os consumidores.

Ademais, a alíquota está diretamente relacionada à essencialidade do bem (Mazza, 2024; Sehn, 2024), de forma que, ponderando seu caráter básico, pode chegar até 0% (zero por

cento). Desse modo, alguns produtos se encaixariam nessa categoria de essencialidade, como os medicamentos, os absorventes e anticoncepcionais, porquanto são itens de uso cotidiano das mulheres. Sendo assim, essa medida é a que mais se aproxima de uma real mudança no panorama financeiramente desigual, haja vista a diminuição dos valores suportados pelas mulheres, buscando a igualdade material garantida pela Constituição da República (Tavares, 2023; Guieseler Junior, 2021a). Contudo, não resolve a questão da falta de informação da sociedade.

Portanto, o protagonismo do Estado deve estar na conscientização da população sobre a *pink tax*, e há diversas guisas de realizar essa elucidação. Atualmente, as redes sociais são o meio de comunicação mais eficaz e rápido que temos para essa finalidade. Nada obstante, ainda podemos contar com a televisão, o rádio e a panfletagem como alternativas.

Observe-se, então, que existem diversas oportunidades que o Estado pode utilizar para informar a comunidade sobre a injustiça praticada pelas empresas. Por óbvio que a administração pode usar do marketing digital para influenciar condutas de forma positiva e pacífica, como aconteceu com campanhas como a inclusão do CPF nas notas fiscais ou as campanhas contra o uso do cigarro, que foram amplamente divulgadas pelo Estado.

Destaca-se que o objetivo de uma ação governamental pautada na perspectiva de gênero é a redução das desigualdades entre homens e mulheres, de modo que as reduzir não implica em ignorar a diversidade. Pelo contrário, deve-se reconhecer as diferenças de maneira que lhe atribua o mesmo valor, compreendendo que suas necessidades podem ser distintas, mas igualmente atendidas pela sociedade.

Quando essas diferentes formas de vivenciar a sociedade não forem levadas em consideração, corre-se o risco de implementar políticas públicas que, embora pareçam atender a todos, na realidade, não reconhecem as necessidades específicas de cada grupo. Assim, a campanha de conscientização promovida pelo Estado pode ser eficaz até certo ponto, mas não a questão da fiscalização dessa prática abusiva, tornando essencial a atuação de órgãos como o Procon.

É evidente que, embora a população tenha conhecimento sobre a *pink tax*, isso por si só não garante a eliminação dessa prática. Se assim fosse, órgãos de fiscalização e controle não seriam necessários, pois a conscientização da população bastaria para resolver o problema.

A atuação do Procon, por exemplo, seria fundamental para multar as empresas que comprovadamente utilizam desse expediente para aumentar seus lucros em detrimento das consumidoras (Barbosa; Silveira, 2011; Silveira, 2004). É amplamente reconhecido que é quando se afeta o bolso que se gera aprendizado.

Veja-se que a função de um Estado democrático é justamente desenvolver políticas que reconheçam as desigualdades de poder entre homens e mulheres, criando políticas públicas que considerem os impactos diferenciados sobre os dois gêneros, mas que também reconheça a necessidade de ações específicas para o fortalecimento das mulheres, que, enquanto grupo social, se encontram em uma posição subordinada na sociedade. Por isso, é fundamental tratar as mulheres como agentes de transformação, adotando práticas como políticas de empoderamento e ações afirmativas.

Conforme visto, a *pint tax* gera impactos em níveis diferenciados na desigualdade de gênero, ampliando seus galhos em diversos ramos que prejudicam o cotidiano do público feminino, de forma que nada mais justo que a solução seja uma política pública interseccional.

Note-se que as três políticas públicas tratadas nesse trabalho estão interligadas, tornando-se imprescindíveis para o combate à essa desigualdade de gênero velada. Um problema complexo demanda uma solução igualmente complexa.

A igualdade, juntamente com a liberdade, é um dos valores centrais da sociedade, no entanto, os termos de sua concretização continuam a ser objeto de um debate constante. Particularmente, no tocante à desigualdade de gênero, a discussão ainda é profundamente influenciada pelas diferentes interpretações das diferenças biológicas.

Desse modo, o confronto entre igualdade social e diferença natural entre os gêneros serve como base para a busca de políticas que promovam a igualdade entre os sexos. É cristalino que existem inúmeras maneiras de o Estado minimizar os impactos da *pink tax* (Farah, 2004; Barbosa; Silveira, 2011). Basta sair da zona de conforto e atuar de maneira democrática para garantir o que é direito de todos: a igualdade.

5 Considerações finais

O presente trabalho analisou a forma como a *pink tax* se revela como uma prática abusiva e discriminatória, que perpetua desigualdades de gênero no mercado consumidor. Embora frequentemente disfarçada sob a justificativa de diferenciação estética ou funcional de produtos destinados ao público feminino, a realidade é que tais aumentos de preço não se fundamentam em custos adicionais reais, mas sim na exploração de estereótipos de gênero. Essa situação compromete a igualdade de tratamento entre consumidores, favorecendo práticas que contribuem para a objetificação das mulheres e reforçam a discriminação social.

É crucial que o Estado adote medidas mais eficazes de conscientização e fiscalização, a fim de proteger as consumidoras e garantir que os direitos fundamentais, como o princípio da

igualdade, sejam respeitados. Além disso, é necessário que a sociedade, como um todo, se engaje na desconstrução dos estereótipos que alimentam a cultura do consumo direcionado às mulheres, que, muitas vezes, é desprovida de uma justificativa legítima para a diferenciação de preços.

Portanto, a erradicação da *pink tax* não é apenas uma questão de ajuste econômico, mas uma questão de justiça social. O enfrentamento dessa prática exige um compromisso com a promoção da igualdade de gênero, através de políticas públicas que reconheçam e combatam essa forma disfarçada de discriminação, promovendo uma sociedade mais justa, em que todos os consumidores, independentemente de seu gênero, sejam tratados de forma equitativa.

Em conclusão, a prática da *pink tax* evidencia um reflexo claro da desigualdade de gênero presente na sociedade, ao impor preços mais altos sobre produtos voltados para o público feminino, muitas vezes sem justificativa plausível. Embora a maioria da população ainda desconheça essa prática, os dados apresentados, como as pesquisas de preços e os impactos no mercado de medicamentos, mostram como as mulheres são economicamente prejudicadas. Além disso, a naturalização de responsabilidades atribuídas às mulheres, como as questões de cuidado e de reprodução, contribui para a sua marginalização no mercado de trabalho e reforça a desigualdade salarial.

Para corrigir essa distorção, é imperativo que o Estado adote uma abordagem interseccional em suas políticas públicas, levando em consideração as desigualdades de poder entre os gêneros e buscando, ao mesmo tempo, empoderar as mulheres e promover a igualdade material, conforme garantido pela Constituição. A luta pela igualdade de gênero deve ser encarada como uma prioridade, e o enfrentamento da *pink tax* é um passo crucial nesse processo. É necessário que o Estado atue de forma proativa e democrática, garantindo a todos o direito à igualdade e à liberdade, independentemente do gênero.

Referências

AZEVEDO, C. G.; SOARES, D. V.; VERBICARO, L. P. A Indústria cultural e o consumismo sob a perspectiva da mulher. **Revista de Direito do Consumidor**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 123, p. 77-106, 2019. Disponível em: <https://www.mprj.mp.br/documents/20184/378251/revistadedireitodoconsumidorn123.pdf>. Acesso em: 21 set. 2026.

BARBOSA, E. M. Q.; SILVEIRA, R. D. Políticas contra a discriminação de gênero. **A&C R. de Direito Administrativo & Constitucional**, Belo Horizonte, v. 11, n. 46, p. 97-114, 2011. Disponível em: <https://revistaaec.com/index.php/revistaaec/article/view/201/213>. Acesso em: 21 set. 2026.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Listas de preços de medicamentos. **Gov.br**, [s.d.]. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/medicamentos/cmed>. Acesso em: 23 set. 2026.

CANABARRO, J. R. S.; SALVAGNI, J. Mulheres líderes: as desigualdades de gênero, carreira e família nas organizações de trabalho. **Revista de Gestão e Secretariado**, [S. l.], v. 6, n. 2, p. 88–110, 2015. DOI: <https://doi.org/10.7769/gesec.v6i2.347>. Disponível em: <https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/347>. Acesso em: 21 set. 2026.

DIMOULIS, D. **O caso dos denunciante invejoso**: introdução prática ao direito e à ética. 11. ed. rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

FARACO, M. A supralegalidade dos tratados internacionais de direito tributário no Brasil e suas consequências sob o constitucionalismo global. In: FARACO, M.; VERENAL, D. C.; PAGLIARINI, A. C. (org.). **Estado, justiça e comunidade internacional**: aproximações e distanciamentos. 1. ed. Curitiba: InterSaberes, 2025. p. 183-198.

FARAH, M. F. S. Políticas públicas e gênero. In: GODINHO, T.; SILVEIRA, M. L. da (org.). **Políticas públicas e igualdade de gênero**. São Paulo: Coordenadoria Especial da Mulher, 2004. p. 127-145. (Cadernos da Coordenadoria Especial da Mulher, 8).

FISCHER, L. Taxa Rosa: produtos femininos podem custar quase o dobro dos similares neutros; entenda. **Macfor Blog**, 22 abr. 2024. Disponível em: <https://macfor.com.br/blog/estudo-taxa-rosa/>. Acesso em: 23 set. 2026.

GUIESELER JUNIOR, L. C. A segurança jurídica como garantia da dignidade da pessoa humana: o papel dos direitos fundamentais na tributação e a teoria/perspectiva crítica dos direitos humanos. In: SOBRAL, L.; MORBINI, F. K. (org.). **As interfaces dos direitos fundamentais II**. 1. ed. Florianópolis: Habitus, 2021. p. 267.

GUIESELER JUNIOR, L. C. Pink Tax: a desigualdade pela simples condição de gênero. In: FISCHER, O. C.; MATYNYCHEN, M. M. de M.; MEDEIROS, C. G. (org.). **Direito tributário, democracia e novas tecnologias**. 1. ed. Curitiba: Instituto Memória, 2021. p. 33-46.

LAFFERTY, M. The Pink Tax: The Persistence of Gender Price Disparity. **Midwest Journal of Undergraduate Research**, v. 11, p. 56-72, 2019. Disponível em: <http://research.monm.edu/mjur/files/2020/02/MJUR-i12-2019-Conference-4-Lafferty.pdf>. Acesso em: 23 set. 2026.

LIMA, C. R. N. de A. Gênero, trabalho e cidadania: função igual, tratamento salarial desigual. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 26, n. 3, e47164, 2018. DOI: 10.1590/1806-9584-2018v26n347164. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/47164>. Acesso em: 23 set. 2026.

MARIMPIETRI, F. Pink Tax e o direito das consumidoras. **Direito UNIFACS – Debate Virtual**, n. 206, ago. 2017. Disponível em: <https://revistas.unifacs.br/index.php/redu/article/view/4971/0>. Acesso em: 23 set. 2026.

MAZZA, A. **Curso de direito tributário**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2024.

MIATO, B.; MACEDO, R. Mulheres ganham menos que homens em 82% das áreas de atuação, segundo IBGE. **G1**, Rio de Janeiro, 20 jun. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2024/06/20/mulheres-ganham-menos-que-homens-em-82percent-das-areas-de-atuacao-segundo-ibge-veja-lista.ghtml>. Acesso em: 23 set. 2026.

OLIVERA, M.; VIEIRA, C.; BAETA, F. Mulheres no mercado de trabalho brasileiro: uma análise das segregações e discriminações a partir da economia feminista. **IE-UFRJ DISCUSSION PAPER**, TD 018, 2021. Disponível em: https://www.ie.ufrj.br/images/IE/TDS/2021/TD_IE_018_2021_OLIVERA_VIEIRA_BAETA.pdf. Acesso em: 23 set. 2026.

QUADROS, C. de. **Desigualdade salarial em razão de gênero e jurisdição trabalhista**. 2018. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Direito) – Centro Universitário Internacional UNINTER, Curitiba, 2018. Disponível em: <https://repositorio.uninter.com/handle/1/535>. Acesso em: 23 set. 2026.

RICCO, A. S.; OLIVEIRA, D. B. A influência do marketing e o comportamento da consumidora no processo de compra de produtos com taxa rosa. **Espaço e Tempo Midiáticos**, v. 2, n. 1, p. 111-126, 2017. DOI: doi.org/10.20873/stmmta2017-3794. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/midiaticos/article/view/3794/11468>. Acesso em: 23 set. 2026.

RODRÍGUEZ, A. S. De la tasa rosa al objeto. En torno a la construcción de género. **Economía Creativa**, n. 10, p. 184-203, 2018. DOI: 10.46840/ec.2018.10.08. Disponível em: <https://ciecpress.centro.edu.mx/ojs/index.php/CentroTI/article/view/371>. Acesso em: 23 set. 2026.

SEHN, S. **Curso de direito tributário**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2024.

SILVEIRA, M. L. da. Políticas públicas de gênero: impasses e desafios para fortalecer a agenda política na perspectiva da igualdade. In: GODINHO, T.; SILVEIRA, M. L. da (org.). **Políticas públicas e igualdade de gênero**. São Paulo: Coordenadoria Especial da Mulher, 2004. p. 65-104. (Cadernos da Coordenadoria Especial da Mulher, 8).

TAVARES, A. R. **Curso de direito constitucional**. 21. ed. São Paulo: Saraiva, 2023.

Data de submissão: 23/07/2026

Data de aceite: 24/07/2026