



FACULDADE BAIANA DE DIREITO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

CAROLINE MARTINEZ CARREIRO NOBRE

**A TRIBUTAÇÃO E O MERCADO DE CONSUMO SOBRE AS
MULHERES COMO FORMA DE ALAVANCAR A
DESIGUALDADE DE GÊNERO NA SOCIEDADE
BRASILEIRA SOB A PERSPECTIVA DO ARTIGO 3º DA
CONSTITUIÇÃO FEDERAL**

Salvador
2022

CAROLINE MARTINEZ CARREIRO NOBRE

**A TRIBUTAÇÃO E O MERCADO DE CONSUMO SOBRE AS
MULHERES COMO FORMA DE ALAVANCAR A
DESIGUALDADE DE GÊNERO NA SOCIEDADE
BRASILEIRA SOB A PERSPECTIVA DO ARTIGO 3º DA
CONSTITUIÇÃO FEDERAL**

Monografia apresentada ao curso de graduação em Direito, Faculdade Baiana de Direito, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Dr. Gabriel Dias Marques da Cruz

Salvador
2022

TERMO DE APROVAÇÃO

CAROLINE MARTINEZ CARREIRO NOBRE

**A TRIBUTAÇÃO E O MERCADO DE CONSUMO SOBRE AS MULHERES COMO
FORMA DE ALAVANCAR A DESIGUALDADE DE GÊNERO NA SOCIEDADE
BRASILEIRA SOB A PERSPECTIVA DO ARTIGO 3º DA CONSTITUIÇÃO
FEDERAL**

Monografia aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em
Direito, Faculdade Baiana de Direito, pela seguinte banca examinadora:

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Salvador, ____/____/2022.

À minha avó, Leda, (*in memoriam*) e aos meus pais, Luciana e Gilmar, que eu tanto amo.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a todas as mulheres deste país, que me motivaram a realização deste trabalho, pois lutaram e ainda lutam pela igualdade.

Agradeço aos meus pais, Luciana Dórea Martinez Carreiro e Gilmar Messias Nobre, por sempre me apoiarem. Vocês são a minha vida! Eu não sei o que eu faria sem a ajuda de ambos.

Agradeço a minha avó, Leda Marlene Dórea Martinez (*in memoriam*), por enxergar uma força em mim, que ainda não conhecia. Sei que de onde ela está, ainda ora por mim.

Agradeço ao meu tio, Luciano Dórea Martinez Carreiro, por todo o incentivo durante o curso.

Agradeço a todos os meus amigos que, não consigo citar todos, mas durante a produção deste trabalho foram essenciais.

Agradeço ao meu professor orientador, Dr. Gabriel Dias Marques da Cruz, por todos os ensinamentos e auxílios. Ele é um profissional incrível, que me motiva a seguir a carreira acadêmica.

Agradeço à Me. Daniela Lima de Andrade Borges e à Me. Flávia da Fonseca Marimpietri, pois o tema que escolhi foi motivado pela aula de ambas.

Agradeço à Faculdade Baiana de Direito, funcionários e professores, por me tornarem uma profissional cada dia melhor e contribuírem com o meu amadurecimento durante o curso.

“Não há limite para o que nós, como mulheres, podemos alcançar”.

Michelle Obama

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo demonstrar que a tributação e o mercado de consumo aumentam ainda mais a desigualdade de gênero na sociedade brasileira, tendo em vista que há o estigma da mulher cuidadora do lar e dos filhos, bem como a tipificação da mulher consumista. Dessa forma, as empresas aumentam os preços dos produtos femininos, principalmente, se forem da cor rosa. Para tal, utilizar-se-á a pesquisa bibliográfica como tipo de pesquisa predominante, e as informações coletadas serão submetidas ao aspecto qualitativo, a fim de que sejam compreendidas, analisadas e interpretadas todas as informações das fontes de estudo utilizadas para fundamentar as hipóteses levantadas. Essas hipóteses serão submetidas ao método hipotético-dedutivo de Karl Popper, sujeitando-se a um processo de falseamento, em que se chegará às conclusões de que a tributação onera as mulheres por uma questão que, muitas vezes, não tem a ver com a opção de consumo; no que tange à desigualdade de gênero em relação às mulheres, esta é demonstrada desde o movimento sufragista e o Brasil, com a Constituição Federal de 1988, possui em seu artigo 3º alguns objetivos fundamentais, dentre os quais promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação. Porém, na prática, não é deste modo, pois as mulheres são tributadas de forma onerada em produtos essenciais e relativamente aos preços de determinados produtos, os femininos são mais caros do que os masculinos, devendo a sociedade se mobilizar em relação a marcas e empresas que utilizam essa prática e notificar aos órgãos administrativos e de defesa do consumidor.

Palavras-chave: desigualdade gênero; tributação; mercado de consumo; sociedade brasileira; objetivos fundamentais.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

art.	Artigo
ADI	Ação Direta de Inconstitucionalidade
CBS	Contribuição sobre Bens e Serviços
CF/88	Constituição Federal da República
COFINS	Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
IBDFAM	Instituto Brasileiro de Direito de Família
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
IPI	Imposto sobre Produtos Industrializados
nº	Número
OAB	Ordem dos Advogados do Brasil
ONU	Organização das Nações Unidas
PIS	Programa de Integração Social
STF	Supremo Tribunal Federal

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 A DESIGUALDADE DE GÊNERO.....	15
2.1 OS MOVIMENTOS FEMINISTAS.....	17
2.1.1 Primeira onda do feminismo.....	18
2.1.2 Segunda onda do feminismo.....	21
2.1.3 Terceira onda do feminismo.....	23
2.1.4 Quarta onda do feminismo?.....	25
2.2 O ESTIGMA DA MULHER COMO CUIDADORA DO LAR E DOS FILHOS.....	27
2.3 O PAPEL DA MULHER NA SOCIEDADE.....	31
3 O MERCADO DE CONSUMO.....	36
3.1 AS MULHERES SÃO MAIS CONSUMISTAS?.....	37
3.1.1 Produtos femininos são mais onerados do que os masculinos.....	40
3.1.2 Das práticas abusivas previstas no Código de Defesa do Consumidor com a conseqüente objetificação da mulher.....	42
3.2 DA VIOLAÇÃO AO PRINCÍPIO DA IGUALDADE.....	52
3.3 <i>PINK TAX</i>	53
3.3.1 Conceito e surgimento da <i>pink tax</i>	54
3.3.2 Impacto no Brasil.....	56
3.4 A TRIBUTAÇÃO EM PRODUTOS FEMININOS.....	57
4 A TRIBUTAÇÃO E O MERCADO DE CONSUMO SOBRE AS MULHERES COMO FORMA DE ALAVANCAR A DESIGUALDADE DE GÊNERO NA SOCIEDADE BRASILEIRA SOB A PERSPECTIVA DO ARTIGO 3º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.....	64
4.1 POR QUE A MULHER É MAIS ONERADA DO QUE O HOMEM?.....	65
4.2 DOS OBJETIVOS DO ARTIGO 3º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL NA PRÁTICA.....	69

4.3 A DESIGUALDADE DE GÊNERO NA TRIBUTAÇÃO E NO MERCADO DE CONSUMO.....	75
4.4 O PAPEL DA SOCIEDADE E DO ESTADO PARA DENUNCIAR TAIS ABUSOS.....	90
5 CONCLUSÃO.....	94
REFERÊNCIAS.....	97

1 INTRODUÇÃO

Apesar de a Constituição Federal (CF/88) garantir em seu artigo (art.) 3º, inciso IV, que um dos objetivos da República Federativa do Brasil é erradicar a discriminação do sexo, na prática não é assim. A desigualdade de gênero ainda existe em muitos países, principalmente em relação às mulheres, mais especificamente no mercado de consumo e tributação de produtos femininos.

O objetivo desta pesquisa é identificar o conceito de desigualdade de gênero, sob a perspectiva do feminismo, desde os seus primórdios, bem como os seus impactos na sociedade brasileira até o momento. Também, indicará o porquê de os produtos femininos serem mais onerados do que os masculinos, propondo soluções acerca da tributação de produtos essenciais femininos, a exemplo dos absorventes. Com isso, serão apresentados meios para que os produtos femininos e masculinos possuam o mesmo preço, sendo necessária uma maior fiscalização.

As discussões a respeito do gênero de forma diversa, como o gênero fluido, sendo este o indivíduo que não se identifica com uma única identidade de gênero, não está sendo considerada neste trabalho, apesar de ser um tema extremamente relevante. Esta monografia está atendendo apenas aos gêneros binários, ou seja, homem e mulher, feminino e masculino.

Além disso, não se ignora a interseccionalidade que existe na desigualdade de gênero, como o racismo e transgeneridade. Apesar de ser retratado neste trabalho, não foi o foco central, de modo que o foco se ateve ao gênero cis, ou seja, ao gênero biologicamente atribuído à pessoa quando no seu nascimento.

Inicialmente, a relação entre a tributação e a desigualdade de gênero surgiu com o movimento sufragista, que ocorreu em vários países democráticos, entre o fim do século XIX e início do século XX, para que as mulheres obtivessem o direito ao voto.

No começo do século XX, houve um movimento radicalista feminino que foi reforçado. É importante frisar que as mulheres das classes trabalhadoras trabalhavam mais e ganhavam menos do que os homens, sofrendo constantes assédios e, muitas vezes, estupros em seus locais de trabalho e isso causou a

intensificação que o movimento precisava para gerar resultados e com o movimento feminista as mulheres obtiveram os seus direitos.

Ocorre que, as mulheres muitas vezes são vistas como um objeto, ou seja, uma forma de mercantilização e isso se demonstra com propagandas, como as de cerveja, que o corpo da mulher é o centro, além de festas, como o Carnaval, em que o ingresso feminino para alguns camarotes são mais baratos a fim de que o público feminino esteja em maior quantidade. Neste último caso, as mulheres muitas vezes não precisam pagar por ingressos de festas e isso demonstra o quanto é presente a figura da mercantilização da mulher.

Sob essa perspectiva, de forma específica, em relação ao mercado de consumo feminino, há alguns anos, nos Estados Unidos, surgiu um movimento de se fiscalizar o preço de produtos e serviços destinados majoritariamente ou exclusivamente às mulheres. A conclusão em diversos Estados foi que existia uma cobrança majorada quando se trata de um produto ou serviço tipicamente feminino. Assim, surgiu o *pink tax* (imposto rosa), em razão de haver uma imposição que as mulheres sofrem involuntariamente, ou seja, o mercado entende que as mulheres devem pagar mais caro.

A desigualdade de gênero em relação a *pink tax*, significa que as mulheres acabam pagando mais tributo sobre o consumo, pois se o produto que compra é mais caro, o impacto econômico da tributação sobre o consumo será maior. Contudo, esse fenômeno existe no Brasil, havendo uma diferença de preços muito grande, principalmente em relação às crianças, no tocante aos brinquedos “de menina” e “de menino”. Mas, não somente isso, pois os produtos de higiene pessoal femininos são mais caros do que os masculinos, como os desodorantes, xampus, lâminas de barbear, entre outras.

No tocante à tributação, a exemplo dos absorventes, existe um movimento mundial pela não tributação. O Brasil é o país que mais tributa absorvente, com uma alíquota de 34,48%, em média. Este país possui um quadro grave de pobreza menstrual, em que muitas meninas deixam de ir à escola, por não terem condições de comprar um pacote de absorvente e o referido produto é único e exclusivo feminino por uma questão biológica e, portanto, a mulher sempre esteve em uma posição de vulnerabilidade.

Vislumbra-se, desta forma, duas problemáticas que orientaram o presente estudo: como a tributação e o mercado de consumo sobre as mulheres viola a igualdade da Constituição Federal? Se um dos objetivos da República Federativa do Brasil é promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação, como a desigualdade de gênero é demonstrada atualmente na sociedade brasileira?

Apesar de este trabalho ter sido confeccionado como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em direito, sendo, portanto, um trabalho de natureza eminentemente jurídica, serão trazidos à baila insumos oriundos de diversas áreas de conhecimento, por se entender que, em função da complexidade e da relevância da temática, torna-se imprescindível uma abordagem multidisciplinar, capaz de ampliar o espectro de compreensão do que aqui se discute.

A inteligência acerca da estrutura deste trabalho permite também a compreensão acerca de sua relevância sociojurídica.

Do ponto de vista jurídico, é de extrema importância que o Estado garanta as opções e crie condições para que a desigualdade de gênero seja combatida. Ressalta-se a questão da igualdade e justiça que não está apenas no direito tributário e do consumidor, mas em todo o ordenamento jurídico brasileiro na Constituição Federal de 1988.

Do ponto de vista social, no contexto atual, as mulheres em determinados trabalhos ainda ganham menos do que os homens e o mais absurdo disso é demonstrado nos produtos femininos, em que alegam que a mulher deve pagar mais, pois consome mais. Dessa forma, as grandes indústrias se utilizam disso e oneram a mulher, porém, em nenhum momento, o princípio da igualdade é observado. Além disso, no Brasil, grande parte das mulheres são donas de casa, que cuidam de seus filhos e do lar, e é contraditório que paguem mais em relação a produtos de consumo, principalmente, os que são essenciais.

Do ponto de vista técnico, este trabalho se utilizará do tipo de pesquisa bibliográfica e, de ponto de vista da abordagem do problema, esta se dará de maneira qualitativa, por visar a interpretação, compreensão e avaliação da desigualdade de gênero no Brasil, bem como os objetivos da Constituição Federal para demonstrar que a mulher é mais onerada do que o homem. Em relação ao método, este será o método

hipotético-dedutivo, de Karl Popper, buscando uma solução para o problema de pesquisa através da dedução, com tentativas e hipóteses que poderão ou não ser falseadas e teorias.

No que tange à sua estrutura, esta monografia contará com cinco capítulos, sendo um capítulo de introdução, três capítulos de desenvolvimento e um capítulo de conclusão.

O primeiro capítulo de desenvolvimento terá como enfoque a desigualdade de gênero. Será trazido à tona os quatro movimentos feministas, em sua devida ordem de acontecimentos. A primeira onda do feminismo teve como ênfase a luta pelo direito civil e o direito ao voto; a segunda onda teve como foco a questão do trabalho e problemas da mulher trabalhadora; na terceira onda, o movimento passou a ganhar novas correntes, que começaram a considerar a raça, a classe e a religião. Por fim, se discute uma quarta onda do feminismo motivado pelo ativismo virtual, trazendo a mobilização de grupos coletivos.

Além disso, é trazido o estigma da mulher como cuidadora do lar e dos filhos, visto que há muitos anos, a mulher era considerada responsável pelos afazeres domésticos, bem como cuidado com os filhos, o que não merece prosperar atualmente. Porém, ainda existe um resquício sobre essa questão, de que é a mulher que deve realizar tais atividades. No último tópico, é tratado o papel da mulher na sociedade, de forma que o feminismo transformou as mulheres em novos sujeitos políticos.

O segundo capítulo de desenvolvimento está dividido em quatro subtópicos, sendo que em relação ao primeiro e terceiro subtópico, haverá, ainda, a divisão destes em duas seções. O núcleo do primeiro subtópico será discutir se, de fato, as mulheres são mais consumistas do que os homens, para justificar a oneração nos produtos femininos. Serão tratadas as práticas abusivas presentes no Código de Defesa do Consumidor, somado a consequente objetificação da mulher. No segundo subtópico, será demonstrada a flagrante violação ao princípio da igualdade, que é tão importante para a República Federativa do Brasil.

Já no terceiro subtópico, será discutida a *pink tax*, demonstrando seu conceito e surgimento, bem como o impacto no Brasil, analisando duas pesquisas feitas, que

chegaram à conclusão de que os produtos femininos são mais caros do que os masculinos, por mais que possuam mesma marca, finalidade e substância.

No quarto tópico, será analisada a tributação em produtos femininos, a exemplo de absorventes, fraldas geriátricas, sendo discutido um importante avanço para o público feminino, que é a Lei 14.214/2021, que institui o Programa de Proteção da Saúde Menstrual e determina que o absorvente higiênico feminino deve ser um produto contido nas cestas básicas.

O último capítulo de desenvolvimento busca demonstrar que a tributação e o mercado de consumo sobre as mulheres alavancam a desigualdade de gênero no Brasil. Dividido em quatro subtópicos, se discutirá por que a mulher é mais onerada do que o homem, traçará os objetivos da República Federativa do Brasil que não estão sendo cumpridos na prática, bem como trará aspectos importantes da tributação e mercado de consumo no tocante às mulheres em um viés implícito e, por fim, o papel da sociedade e do Estado para denunciar tais abusos contra a mulher, a começar pela precificação do gênero.

Ao final, espera-se que haja um estímulo do leitor para os estudos em relação à tributação e gênero.

2 A DESIGUALDADE DE GÊNERO

Inicialmente, na desigualdade de gênero se buscam as raízes históricas da sociedade. Em quase todos os países, há uma estrutura patriarcal, que é baseada na figura do homem, renegando historicamente a mulher ao lar, na figura daquela que gera os filhos e cuida da criação destes. Destaca-se que mulheres e homens são socializados de maneira diferente, com uma desigualdade entre “coisas de menina” e “coisas de menino”. Neste caso, no exemplo de brinquedos em lojas de crianças, é muito comum encontrar bonecas e itens de cozinha para as meninas, ao passo que para os meninos há carros e computadores.

Simone de Beauvoir traz que à sua época, o homem conseguiu “escravizar” a mulher, mas despojou-a do que lhe tornava a posse desejável, de forma que os ritos do casamento fazem com que a mulher se torne uma propriedade do homem.¹

A sociedade trata a mulher de forma não isonômica e torna a construção para um tratamento igualitário uma luta constante. Há diversos elementos históricos significativos e diversas tentativas de alcançar um tratamento baseado na igualdade e na justiça e, muitas vezes, a mulher é vista como objeto e isso se justifica na sociedade de consumo, que utiliza a figura feminina para a obtenção de lucro.

Atualmente, há uma extensa legislação garantindo igualdade, ou seja, direitos humanos em nível global, direitos humanos regionais, constituições e leis, bem como uma série de decisões judiciais e de Comitês que foram celebrados como conquista daqueles que lutam pela igualdade.²

É importante salientar que o feminino e o masculino são naturalizados por meio de um processo permanente de interiorização, exteriorização e objetivação de representações baseadas na desigualdade social dos sexos. Assim, nas sociedades patriarcais, homens e mulheres “nascem” com status desigual a partir do argumento de diferença “natural” dos sexos. Com base nisso, as desigualdades sociais de gênero tendem a ser explicadas como desigualdades naturais dos sexos, tirando da

¹ BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo: fatos e mitos**. Tradução: Sérgio Milliet. 4. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1970, p. 232.

² BAER, Susanne. Desigualdades que importam. **Revista Direito e Práxis**, Rio de Janeiro, v.7, 2016, n. 3, p. 455-456. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistaceaju/article/view/25359>. Acesso em: 02 nov. 2021.

ordem social a responsabilidade pelas desigualdades, transportando-a para a esfera metassocial, intocável e, portanto, imutável. Além disso, o gênero implica desestruturação das hierarquias baseadas nas diferenças sexuais.³

Dessa forma, segundo o art. 1º da CF/88, são fundamentos do Estado Democrático de Direito a soberania, a cidadania, a dignidade da pessoa humana, os valores sociais do trabalho, a livre iniciativa, o pluralismo político e a criação de leis por representantes democrática e diretamente eleitos. O art. 3º, da Magna Carta, por sua vez, enumera os objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil, que não são observados na prática, dentre os quais é importante ressaltar o que consta no inciso IV, sendo este promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.⁴

O gênero não pode ser um critério de discriminação, ou seja, ser mulher em sociedade não pode ser motivo para que se aceite o tratamento desprivilegiado para uma pessoa ou que sua condição seja menos benéfica em relação a outra. No entanto, isso não significa que alguém mereça ser privilegiado por ser mulher, pois há inúmeros fatores de desigualdade entre as pessoas que vão muito além do gênero.⁵

Verifica-se que as leis que buscam promover a igualdade, frequentemente não alcançam as desigualdades que importam. Neste ínterim, ainda falta clareza sobre o que significa a desigualdade.⁶

Resta destacar que esforços para desfazer desigualdades enfrentam resistência crescente e cada vez mais agressiva, sendo motivado por um interesse na manutenção do status quo por parte daqueles que lucram com a desigualdade. O

³ SOUZA, Sandra Duarte de. Educação, trabalho e socialização de gênero: quando ser mulher pesa mais na balança da desigualdade social. **Revista Educação & Linguagem**, São Paulo, v. 11, 2008, n. 18, p. 174. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/EL/article/view/113/123>. Acesso em: 11 nov. 2021.

⁴ BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 02 nov. 2021.

⁵ ROCHA, Isabelle Resende Alves. **GÊNERO, DIREITO TRIBUTÁRIO E IMPOSTO DE RENDA DA PESSOA FÍSICA: aspectos sobre a influência da tributação nas desigualdades entre homens e mulheres**. 2020, p. 19. Dissertação. (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte. Orientador: Prof. Dr. Marciano Seabra de Godoi. Disponível em: http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Direito_IsabelleResendeAlvesRocha_8274.pdf. Acesso em: 17 nov. 2021.

⁶ BAER, Susanne. Desigualdades que importam. **Revista Direito e Práxis**, Rio de Janeiro, v.7, 2016, n. 3, p. 452. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistaceaju/article/view/25359>. Acesso em: 02 nov. 2021.

sexismo está em toda parte: nas piadas não tão engraçadas, nos tabloides, nas novelas e nas séries de TV, bem como na expectativa de não frustrar uma conversa, de não “estragar” a brincadeira e de não ser agradável em relação às mulheres.⁷

Segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), em 2018, o valor da hora trabalhada era de R\$ 13,00 para mulheres e R\$ 14,20 para os homens, indicando que o valor do rendimento da mulher representava 91,5% daquele recebido pelos homens. Já quando analisada a razão do rendimento das mulheres e dos homens (percentual do rendimento dos homens que as mulheres ganham), a proporção diminuía, sendo de 79,5%: valores de R\$ 2.579,00 (homem) e R\$ 2.050,00 (mulher).⁸

Deste modo, a desigualdade entre homens e mulheres não é apenas em relação a características biológicas do sexo feminino e o que se pretende demonstrar é que apenas por ser mulher na sociedade brasileira implica na desigualdade em relação aos homens.

Nas páginas que seguem, serão abordados os movimentos feministas, que buscam a igualdade de gênero com a investigação relativa às causas e aos mecanismos de reprodução da dominação masculina, o estigma da mulher como cuidadora do lar e dos filhos, bem como o papel da mulher na sociedade.

2.1 OS MOVIMENTOS FEMINISTAS

A desigualdade entre homens e mulheres, como abordado anteriormente, é um traço presente na maioria das sociedades. Dessa forma, na maior parte da história, essa desigualdade não foi camuflada nem escamoteada e sim, assumida como um reflexo da natureza diferenciada dos dois sexos e necessária para a sobrevivência e o progresso da espécie. Neste sentido, ao recusar essa compreensão, ao denunciar a situação das mulheres como efeito de padrões de opressão, o pensamento feminista

⁷ BAER, Susanne. Desigualdades que importam. **Revista Direito e Práxis**, Rio de Janeiro, v.7, 2016, n. 3, p. 461. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistaceaju/article/view/25359>. Acesso em: 02 nov. 2021.

⁸ INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Em 2018, mulher recebia 79,5% do rendimento do homem. **Estatísticas sociais**. Atualizado em 04/07/2019 17h44. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23923-em-2018-mulher-recebia-79-5-do-rendimento-do-homem>. Acesso em: 16 nov. 2021.

caminhou para uma crítica ampla do mundo social, que reproduz assimetrias e impede a ação autônoma de muitos de seus integrantes.⁹

O movimento feminista teve como influência Simone de Beauvoir, de forma que esta não aceitou a educação conservadora. Em seu colégio, as meninas recebiam formação para que fossem donas de casa e mães de família, porém, a escritora francesa não se conformou com o que estava prestes a acontecer e teve um papel extremamente importante para a sociedade.

Além disso, estes movimentos têm atuado de “fora” (exercendo pressão a partir das ruas) e “dentro” do Estado, participando da construção de políticas e de novos marcos de referência para as democracias contemporâneas no âmbito estatal nacional e em organizações e espaços transnacionais.¹⁰

Porém, em conformidade com outros movimentos sociais progressistas da sociedade brasileira, o feminismo esteve, também, por longo tempo, prisioneiro da visão eurocêntrica e universalizante das mulheres. A consequência disso foi a incapacidade de reconhecer as diferenças e desigualdades presentes no universo feminino, a despeito da identidade biológica. Outrossim, as vozes silenciadas e os corpos estigmatizados de mulheres vítimas de outras formas de opressão além do sexismo, continuaram no silêncio e invisibilidade e essas denúncias sobre a dimensão problemática da mulher na sociedade, vêm exigindo a reelaboração do discurso e práticas políticas do feminismo.¹¹

2.1.1 Primeira onda do feminismo

A primeira onda do movimento feminista teve como ênfase a luta pelo direito civil e político ao voto, desencadeado pelo movimento conhecido como sufragista, que se

⁹ BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Feminismo e política: uma introdução**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2014, p. 17.

¹⁰ BIROLI, Flávia. **Gênero e desigualdades: os limites da democracia no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2018, p. 175.

¹¹ CARNEIRO, Sueli. Mulheres em movimento. **Estudos avançados**, São Paulo, v. 17, 2003, n. 49, p. 118. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/9948>. Acesso em: 18 nov. 2021.

iniciou na Inglaterra.¹² Portanto, o que se busca avaliar é se, de fato, as mulheres alcançaram esse direito.

O movimento sufragista inglês ocorreu pouco antes da Primeira Guerra Mundial. Destaca-se que eram péssimas as condições das trabalhadoras do sexo feminino, que sofriam com a precária infraestrutura e adoeciam por conta dos gases emitidos por máquinas e abusos sexuais sofridos por parte de seus empregadores. O primeiro momento do feminismo da primeira onda foi caracterizado pelo seu cunho conservador, questionando a divisão sexual dos papéis exercidos entre homens e mulheres, de forma que estas contestavam as diferenças contratuais e econômicas, diferença na capacidade por escolher aquilo que lhe era conveniente, ou seja, diferença na liberdade que lhes era concedida e, sobretudo, a diferença política, pois eram proibidas de votar e escolher por quem gostariam de ser representadas.¹³

Na Inglaterra, se inicia na metade do século XIX e de forma pacífica, em que as mulheres pelas vias legais, fizeram manifestações, se utilizando de pôsteres, artigos publicados na mídia e petições públicas, com o intuito de obter o direito ao voto. Uma ativista importante foi Millicent Fawcett, pois em 1866 entregou ao parlamento uma petição pública com mil e quinhentas assinaturas, pedindo uma emenda constitucional para que as mulheres exercessem o seu direito a voto. Porém, essa petição pública não obteve êxito.

A atuação desta ativista fez com que houvesse uma organização mais sistemática dos movimentos sufragistas. Ocorre que, em dado momento, isso não surtiu efeito e, em razão disso, o movimento muda. Isto posto, no começo do século XX, sufragistas decidem não fazer mais manifestações pacíficas, se utilizando da violência e radicalismo.

Importante destacar que no Brasil, esse direito ao voto foi tardio, pois mesmo após muitos anos de incansáveis manifestações, o Código Civil Brasileiro de 1916 ainda se referia à mulher casada como alguém incapaz a determinados atos da vida cível.

¹² GRUBBA, Leilane Serratine; MONTEIRO, Kimberly Farias. A luta das mulheres pelo espaço público na primeira onda do feminismo: de sufragetetes às sufragistas. **Revista Direito e Desenvolvimento**, João Pessoa: v,8, 2017, n. 2, p. 264-265. Disponível em: <https://periodicos.unipe.br/index.php/direitoedesenvolvimento/article/view/563>. Acesso em: 16 nov. 2021.

¹³ *Ibidem*, p. 267.

Tendo em vista todo esse esforço, no Brasil, apenas após a Revolução de 1930, o movimento sufragista alcançou o que tanto buscava: o direito ao voto. Deste modo, o Decreto Lei 21.076 de 24 de fevereiro de 1932, do presidente Getúlio Vargas, estabeleceu em seu artigo segundo que é eleitor o cidadão maior de vinte e um anos, sem distinção de sexo.¹⁴

Logo, o direito de votar na sociedade brasileira, só se igualou ao dos homens em 1946, quando o alistamento feminino deixou de ser facultativo. Neste sentido, voto e eleição foram restringidos por ditaduras nas décadas posteriores e isso comprometeu não apenas o exercício do voto, mas a construção de carreiras políticas e a participação em movimentos e organizações que fizessem críticas a tais regimes. Justamente por este fato, as mulheres brasileiras que participaram da política institucional nos anos recentes, incluída a primeira mulher a chegar à Presidência da República (Dilma Rouseff), atuaram em organizações clandestinas e de luta armada na juventude.¹⁵

Como relatado inicialmente neste tópico, Simone de Beauvoir teve grande importância no movimento feminista. Em 1949, publicou o livro “O Segundo Sexo”, que colocou as mulheres no centro do debate e detalhou as suas condições de opressão e inferiorização em relação aos homens na sociedade e isso causou um escândalo moral. Este livro representou um questionamento ao conceito de gênero enraizado na base material e cultural das sociedades ocidentais, que faz com que uma diferença biológica entre homens e mulheres sejam moldadas para uma construção imaginária do que é masculino e feminino, fazendo com que as diferenças constituam desigualdades.¹⁶

¹⁴ GRUBBA, Leilane Serratine; MONTEIRO, Kimberly Farias. A luta das mulheres pelo espaço público na primeira onda do feminismo: de sufragetetes às sufragistas. **Revista Direito e Desenvolvimento**, João Pessoa: v.8, 2017, n. 2, p. 269. Disponível em: <https://periodicos.unipe.br/index.php/direitoedesenvolvimento/article/view/563>. Acesso em: 16 nov. 2021.

¹⁵ BIROLI, Flávia. **Gênero e desigualdades: os limites da democracia no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2018, p. 177.

¹⁶ GRUBBA, Leilane Serratine; MONTEIRO, Kimberly Farias. *Op. cit.*, 2017, p. 267.

2.1.2 Segunda onda do feminismo

A segunda onda do feminismo se iniciou na década de 1960, nos Estados Unidos. O livro de Simone de Beauvoir, referido acima, teve importância por contribuir para a redefinição das fronteiras da política feminista, indicando a relação entre o pessoal e o social, o público e o privado. Assim, fez com que surgisse o provocativo *slogan* “o pessoal é político”, que seria a marca desta onda feminista.¹⁷ É mister esclarecer que essa fase identificou o problema da desigualdade como união de problemas culturais e políticos e isso fez com que as mulheres se politizassem e combatessem a estrutura sexista do poder, pois quem sempre assumia cargos políticos eram homens.

O Brasil viu surgir o feminismo de segunda onda, com objetivos distintos dos que haviam movido os militantes no passado. Esse novo feminismo apresentou reivindicações para além das relativas aos direitos políticos, econômicos e educacionais. Este país vivia sob uma ditadura militar, que colocava obstáculos à liberdade de expressão e levava como reação, a lutas políticas e sociais com viés de esquerda.¹⁸

Portanto, os grupos de oposição do governo contavam com grande participação de mulheres que também estavam envolvidas nos chamados “movimentos de mulheres” e na militância feminista. Dessa forma, a questão do trabalho e problemas da mulher trabalhadora tiveram prioridade sobre tantas outras pautas feministas da segunda onda. Mas, em pouco tempo, as outras reivindicações também ganharam força, como assuntos ligados a sexualidade e corpo e à violência contra a mulher.¹⁹

A elaboração do conceito dos direitos reprodutivos e sexuais, em fins do século XX, é exemplo de negociações entre os movimentos feministas e os poderes hegemônicos. Então, ao mesmo tempo em que se reivindica o não cerceamento de direitos individuais, a não intervenção em decisões pessoais, demanda-se, em nome

¹⁷ BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Feminismo e política: uma introdução**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2014, p. 38.

¹⁸ PEDRO, Joana Maria. O feminismo de “segunda onda”. In: PEDRO, Joana Maria; PINSKY, Carla Bassanezi (Coord.). **Nova história das mulheres**. São Paulo: Editora Contexto, 2012, p. 240.

¹⁹ *Ibidem, loc. cit.*

dos direitos coletivos o acesso à elaboração e ao controle da aplicação das políticas públicas.²⁰

Sendo assim, é importante destacar novamente Simone de Beauvoir, que ironiza a pressão social das políticas maternalistas e natalistas, argumentando que, se as mulheres devem permanecer mulheres e tornarem-se mulheres, o “eterno feminino” é um mito.²¹ Nas palavras dela:

Assim, a existência dispersa, contingente e múltipla das mulheres, o pensamento mítico opõe o Eterno Feminino único e cristalizado; se a definição que se dá esse Eterno Feminino é contrariada pela conduta das mulheres de carne e osso, estas é que estão erradas. Declara-se que as mulheres não são femininas e não que a feminilidade é uma entidade. Os desmentidos da experiência nada podem contra o mito. Entretanto, de certa maneira este tem sua fonte nela. Assim é exato que a mulher é outra e essa alteridade é concretamente sentida no desejo, no amplexo, no amor; mas a relação real é de reciprocidade; como tal, ela engendra dramas autênticos: através do erotismo, do amor, da amizade e suas alternativas de decepção, ódio, rivalidade, ela é luta de consciência que se consideram essenciais, é reconhecimento de liberdades que se confirmam mutuamente, é a passagem indefinida da inimizade à cumplicidade. Pôr a Mulher é pôr o Outro absoluto, sem reciprocidade, recusando contra a experiência que ela seja um sujeito, um semelhante.²²

Tendo em vista as ideias supracitadas acima, o feminismo de segunda onda teve a criação de centros da mulher, e foi uma componente desses grupos, Mariska Ribeiro, que conseguiu patrocínio da ONU (Organização das Nações Unidas) para realizar o encontro em 1975, na sede da Associação Brasileira de Imprensa, no Rio de Janeiro, considerado o marco fundador do feminismo de segunda onda no Brasil. O encontro organizado para discutir “o papel e o comportamento da mulher na realidade brasileira” levou a decisão de criar o Centro da Mulher Brasileira (CBM), na cidade do Rio de Janeiro, que tinha como objetivo a intenção de conscientizar as camadas populares, estudando e analisando questões da mulher para a criação de

²⁰ REIS, Ana Regina Gomes dos. **Do segundo sexo a segunda onda: discursos feministas sobre a maternidade**. 2008, p. 16. Dissertação. (Mestrado em Filosofia e Ciências Humanas) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia – UFBA, Salvador. Orientador: Profa. Dra. Cecília Maria Bacellar Sardenberg. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/6436>. Acesso em: 15 nov. 2021.

²¹ BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo: fatos e mitos**. Tradução: Sérgio Milliet. 4. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1970, p. 299.

²² *Ibidem, loc. cit.*

um departamento de ação comunitária para tratar concretamente e em nível local dos problemas da mulher.²³

Atualmente, não se fazem mais grupos de consciência ou de reflexão. Mas, as redes feministas continuam a existir, a exemplo das redes sociais. Cabe ressaltar que a maior conquista das jovens feministas entre os anos de 1970 e 1980 é o reconhecimento da existência de outras maneiras de ser uma mulher, além das funções idealizadas de esposa, mãe e dona de casa, já que aquelas que queriam se dedicar a uma profissão eram levadas a acreditar que deveriam abdicar do casamento e da maternidade.²⁴

A partir de 1990, a terceira onda do feminismo surge, de forma que as feministas passam a questionar o seu próprio movimento e as mulheres fazem críticas aos estudos da segunda onda.

2.1.3 Terceira onda do feminismo

Na chamada terceira onda do feminismo, inicia-se um processo de desconstrução “universal” da mulher, ou seja, o próprio movimento feminista tratava a vida da mulher de forma coletiva como se todas as mulheres, de todas as classes e raças, vivessem os mesmos problemas e estivessem expostas à mesma forma de opressão. Segundo os ensinamentos de Luís Felipe Miguel:

Feministas negras questionaram os desdobramentos dessa construção da identidade da mulher – e, por consequência, da pauta do feminismo – a partir da experiência das brancas. Um exemplo está na questão da família. Para as mulheres brancas e de classe média, a compreensão da família como estrutura de opressão é muito mais unívoca. Para negras trabalhadoras, porém, a família pode ser também o local em que ocorre uma “humanização que não é experimentada no mundo externo, em que nos confrontamos com todas as formas de opressão”. Uma branca com formação universitária, rede de contatos estabelecida e qualificação para o mercado de trabalho está em condição de romper os laços familiares e se estabelecer por conta própria. Já para mulheres pobres e marginalizadas, a família representa uma rede de apoio muito mais central em suas vidas.²⁵

²³ PEDRO, Joana Maria. O feminismo de “segunda onda”. In: PEDRO, Joana Maria; PINSKY, Carla Bassanezi (Coord.). **Nova história das mulheres**. São Paulo: Editora Contexto, 2012, p. 247.

²⁴ *Ibidem*, p. 255-256

²⁵ BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Feminismo e política: uma introdução**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2014, p. 85-86.

Sendo assim, o movimento passou a ganhar novas correntes, que começaram a considerar a raça, a classe e a religião. As mulheres alcançaram a liberdade de expressão do pensamento, seu direito a voto, seu engajamento na política assumindo cargos elevados na esfera do legislativo, executivo e judiciário, trabalhando ativamente nas construções, como motoristas, arquitetas, ocupando diversos cargos e funções. Outro destaque foi o direito sobre o seu próprio corpo, a sua sexualidade e o direito de decidir sobre a contracepção, esterilização, abortos previstos em lei e orientação sexual. Com todo o percurso enfrentado pelas mulheres, combatendo diversas formas de discriminação, violência e por serem tão inferiorizadas em uma sociedade machista fez com que esse movimento ganhasse força e espaço ao longo dos anos.²⁶

As abordagens feministas, portanto, ampliam sua atenção para as transformações na família e a diversidade dos arranjos familiares. A crítica se volta, sobretudo, ao fato de que a presunção pelo Estado de modelos e modos de funcionamento da família, segundo seu padrão moderno naturalizado, incentiva determinadas formas de organização familiar e pune os indivíduos que estabelecem laços e formas de vida que não se encaixam nos padrões considerados legítimos.²⁷

Destaca-se o estupro no casamento que, por sua vez, tinha efeito de “pertencimento” e subordinação (ao marido ou, antes dele, ao pai), de forma que a mulher é alvo de violência tanto na esfera doméstica, quanto fora dela. No Brasil, a atuação do movimento feminista teve como um dos principais resultados a aprovação da Lei 11.340, conhecida como a Lei Maria da Penha, em 2006, que tipifica a violência doméstica contra a mulher e cria mecanismos para combatê-la. Mas, mesmo assim, há dificuldades no combate à violência contra a mulher, já que por mais que remetam à construção institucional das normas e das políticas, também remetem à tolerância a formas cotidianas da dominação masculina, que podem ser situadas no âmbito dos costumes.²⁸

²⁶ CARMO, Valter Moura do; RAMOS, Giovana Benedita Jaber Rossini; SILVA, Joasey Pollyanna Andrade da. As quatro ondas do feminismo: lutas e conquistas. **Revista de Direitos Humanos em Perspectiva**, Rio de Janeiro, v. 7, 2021, n. 1, p. 112. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/direitoshumanos/article/view/7948/pdf>. Acesso em: 15 nov. 2021.

²⁷ BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Feminismo e política: uma introdução**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2014, p. 55.

²⁸ *Ibidem*, p. 42-43.

2.1.4 Quarta onda do feminismo?

Se discute ainda, uma quarta onda do feminismo, a partir de 2010, motivado pelo ativismo virtual, trazendo uma diversidade de feminismos, bem como a mobilização de grupos coletivos que se reúnem para fazerem manifestações, se reúnem em redes sociais e engajam determinada ação.²⁹

A Internet tem se tornado um grande amplificador do potencial humano e continua abrindo horizontes na conexão de pessoas e no compartilhamento de ideias e de informação. Além da opressão de gênero, muitas mulheres sofrem as mazelas da pobreza, da falta de escolaridade, do analfabetismo digital e ausência de estrutura mínima para o acesso à Internet.³⁰

Um exemplo de mobilização realizada no Brasil foi a *hashtag* “primeiro assédio”, lançada pelo coletivo feminista *Think Olga*, em combate aos comentários de teor sexual em relação a uma participante do MasterChef Júnior, programa de televisão, que tinha apenas doze anos de idade. Junto à *hashtag*, mulheres compartilharam relatos de primeiras experiências de assédio, ocorridas principalmente durante a infância e a pré-adolescência.³¹

A participante era Valentina e o caso ocorreu em 2015 e, logo na sua primeira aparição no programa, se viu alvo de inúmeros comentários maldosos na Internet e a maioria deles não versavam sobre suas habilidades culinárias, mas sim de cunho sexual. Um dos comentários mais polêmicos foi “Sobre essa Valentina: se tiver consento, é pedofilia?” e o caso gerou polêmicas nas redes sociais. Tendo em vista todo este contexto, Juliana De Faria, uma mulher que se inspirou na história de

²⁹ CARMO, Valter Moura do; RAMOS, Giovana Benedita Jaber Rossini; SILVA, Joasey Pollyanna Andrade da. As quatro ondas do feminismo: lutas e conquistas. **Revista de Direitos Humanos em Perspectiva**, Rio de Janeiro, v. 7, 2021, n. 1, p. 112. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/direitoshumanos/article/view/7948/pdf>. Acesso em: 15 nov. 2021.

³⁰ GOMES, Eduardo Biacchi; VILARIM, Fernanda Rodrigues. Direitos Humanos e Acesso à Justiça: Governança da Internet e a Quarta Onda do Movimento Feminista. **Caderno da Escola Superior de Gestão Pública, Política, Jurídica e Segurança**, Curitiba, v. 3, 2020, n. 1, p. 273-274. Disponível em: <https://www.cadernosuninter.com/index.php/ESGPPJS/article/view/1282>. Acesso em: 15 nov. 2021.

³¹ *Ibidem*, p. 277.

Valentina e na sua própria, criou uma campanha para estimular que outras mulheres contassem suas primeiras experiências de assédio sexual.³²

Assim, a quarta onda trouxe o ciberfeminismo, a diversidade de feminismo, o ingresso da interseccionalidade e a mobilização dos coletivos. Com a disseminação de informações, promoveu estratégias através das redes sociais, bem como transmitiu conhecimento sobre as suas intervenções no combate ao racismo e homofobia.³³

As teorias feministas da política permitem incorporar a dimensão da experiência e pôr no centro das discussões a produção cotidiana das desigualdades, da dominação e das resistências. Suas contribuições são inegáveis, mas há muito ainda por avançar para que sejam incorporadas aos debates “gerais” sobre democracia.³⁴

Não obstante, apesar de todas as conquistas do feminismo, as mulheres ainda enfrentam a desigualdade de gênero, violência e resistências culturais. É muito comum que, frequentemente, uma mulher que esteja andando sozinha na rua seja vítima de assédios, a exemplo de buzina de carros quando aquelas passam e isso faz com que se sintam inseguras a todo momento. Também, é costumeiro que empresas não contratem pessoas do sexo feminino quando tem filhos, por entenderem que as mulheres não teriam disponibilidade para viajar e cabe destacar que essas empresas raramente contratam mulheres grávidas.

A luta pela igualdade é constante e, apesar de a cada dia as mulheres conquistarem mais os seus direitos, alguns estigmas ainda se mantêm, a exemplo da mulher como cuidadora do lar e dos filhos, que será explicitado a partir deste momento. Afinal, por que somente a mulher tem o dever de cuidar dos filhos? Por que somente a mulher tem o dever de realizar os afazeres domésticos e ser submetida a uma dupla jornada?

³² MENDONÇA, Renata. **Vítima na infância estimula milhares de denúncias de #PrimeiroAssédio após polêmica do MasterChef.** Portal G1, 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/10/vitima-na-infancia-estimula-milhares-de-denuncias-de-primeiroassedio-apos-polemica-do-masterchef.html>. Acesso em: 15 nov. 2021.

³³ CARMO, Valter Moura do; RAMOS, Giovana Benedita Jaber Rossini; SILVA, Joasey Pollyanna Andrade da. As quatro ondas do feminismo: lutas e conquistas. **Revista de Direitos Humanos em Perspectiva**, Rio de Janeiro, v. 7, 2021, n. 1, p. 117-118. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/direitoshumanos/article/view/7948/pdf>. Acesso em: 15 nov. 2021.

³⁴ BIROLI, Flávia. **Gênero e desigualdades: os limites da democracia no Brasil.** 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2018, p. 212.

2.2 O ESTIGMA DA MULHER COMO CUIDADORA DO LAR E DOS FILHOS

A mulher era educada para ser exímia dona de casa, mãe e esposa perfeita, situação que a colocava bem dependente da figura masculina. O objetivo maior de uma mulher costumava ser o casamento e a constituição de uma família, já que o marido era o mantenedor em potencial. Embora essa ainda seja a realidade de alguns lares, nas últimas décadas houve mudanças no perfil da força de trabalho feminino.³⁵

A mulher era culturalmente, por uma visão patriarcal, confinada ao espaço privado, “do lar”, submissa plenamente à figura masculina, quer fosse seu genitor ou companheiro. Além disso, quando casada, era tratada como mero objeto de procriação, considerada como propriedade dos homens, aos quais tinha o dever de obediência e subordinação. Diante de tudo isso, também eram oprimidas, escravizadas, exploradas, abusadas por homens que achavam possuir algum direito sobre a classe feminina. Por essa razão, as mulheres buscaram constantemente o seu direito de liberdade e de igualdade.³⁶

Esse estigma da mulher como cuidadora do lar e dos filhos retomou a partir do momento que a Ministra do Ministério da Família, Damares Alves, reenquadrou as mulheres de um modo geral a um papel a que estas deveriam ser “submissas” ao homem no casamento.³⁷ Essa frase da Ministra faz com que retomemos a um modelo de sociedade de anos atrás.

O Estado deve garantir as opções e criar as condições para que as pessoas possam escolher. O homem não pode ser punido se escolher auxiliar nos trabalhos domésticos e nem a mulher pode ser punida se o fizer ou se não o fizer.

³⁵ CANABARRO, Jananina; SALVAGNI, Julice. Mulheres líderes: as desigualdades de gênero, carreira e família nas organizações de trabalho. **Revista de Gestão e Secretariado**, São Paulo, v. 6, 2015, n. 2, p. 96. Disponível em: <https://www.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/347>. Acesso em: 18 nov. 2021.

³⁶ CARMO, Valter Moura do; RAMOS, Giovana Benedita Jaber Rossini; SILVA, Joasey Pollyanna Andrade da. As quatro ondas do feminismo: lutas e conquistas. **Revista de Direitos Humanos em Perspectiva**, Rio de Janeiro, v. 7, 2021, n. 1, p. 102. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/direitoshumanos/article/view/7948/pdf>. Acesso em: 15 nov. 2021.

³⁷ BARBIÉRI, Luiz Felipe. **Damares diz que na ‘concepção cristã’ mulher deve ser ‘submissa’ ao homem no casamento.** Portal G1, 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/04/16/damares-diz-que-em-sua-concepcao-crista-mulher-deve-ser-submissa-ao-homem-no-casamento.ghtml>. Acesso em: 15 nov. 2021.

Ressalte-se que há muitos modelos de família e todos eles protegidos pela CF/88, no art. 226, garantindo a igualdade de direitos e obrigações exercidos por quaisquer parceiros da comunidade familiar, seja uma união pelo casamento, união homoafetiva ou união estável.³⁸

Segundo dados do IBGE de 2019, 92.2% das mulheres realizam trabalhos domésticos, enquanto apenas 78.2% dos homens realizam este trabalho. Portanto, mesmo em situações ocupacionais iguais, as mulheres dedicam mais horas a afazeres domésticos do que os homens.³⁹

As famílias não se organizam hoje como se organizavam há poucas décadas, nem mesmo no que diz respeito à participação das mulheres na renda familiar. Os valores e os sentidos atribuídos ao feminino e ao masculino também não permaneceram os mesmos. Ocorre que, meninas e mulheres continuam a ser as principais responsáveis pelo trabalho doméstico e essa gratuidade do trabalho desempenhado pelas mulheres no âmbito doméstico foi definida como cerne do patriarcado.⁴⁰

A divisão sexual do trabalho, geralmente, coloca a mulher no espaço privado, do lar, e o espaço público, que são as instâncias econômicas, para os homens. Efetivamente, não é possível reverter este cenário enquanto não houver políticas públicas claras e efetivas para a redução dessas desigualdades. Mas, para que haja políticas públicas para este caso, é necessário que haja representação, a priori, feminina, ou representação masculina que entenda do assunto.

A diferenciação salarial provocada pela discriminação da mulher no trabalho ramifica-se em diversos outros desdobramentos e traz consequências futuras para sua reprodução pessoal e familiar. É importante destacar que essa questão repercute na proteção social, no tocante a aposentadoria, já que uma vez que há o rebaixamento do salário da mulher em relação ao homem, ocorre também o

³⁸ BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 02 nov. 2021.

³⁹ INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Mulheres dedicam mais horas aos afazeres domésticos e cuidados de pessoas, mesmo em situações ocupacionais iguais a dos homens. **Estatísticas sociais**. Atualizado em 26/04/2019 15h57. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/24266-mulheres-dedicam-mais-horas-aos-afazeres-domesticos-e-cuidado-de-pessoas-mesmo-em-situacoes-ocupacionais-iguais-a-dos-homens>. Acesso em: 15 nov. 2021.

⁴⁰ BIROLI, Flávia. **Gênero e desigualdades: os limites da democracia no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2018, p. 65-66.

rebaixamento do valor de sua aposentadoria, dada a lógica contributiva dos regimes previdenciários que se baseiam, entre outros fatores, no valor das contribuições dos segurados.⁴¹

Neste campo do trabalho, há conquistas no que tange na participação das mulheres na PEA (População Economicamente Ativa), à formalização legal de direitos para trabalhadores domésticos e ao aumento da qualificação profissional decorrente de níveis de escolaridade mais altos. Em contrapartida, a desigualdade salarial é um desafio a ser superado, bem como a maior vulnerabilidade a condição de desemprego. Em relação à política, é imprescindível buscar meios para tornar esse instrumento mais eficaz, tendo em vista que no Brasil a porcentagem de mulheres na Câmara de Deputados e no Senado Federal é de cerca de 14%. No campo científico, a equidade foi conquistada em algumas áreas de conhecimento, entretanto, a desigualdade permanece em grande medida nas ciências exatas e nas instâncias mais prestigiadas do fazer científico.⁴²

As mudanças normativas e legislativas não são suficientes para transformar positivamente a sociedade. A discriminação e o preconceito contra a mulher ainda existem e vão continuar a existir até que a cultura e os valores sociais sejam transformados. O fetiche causado pela força do Direito construiu na sociedade brasileira a ideia de que a normatização pode resolver qualquer problema, porém, a desigualdade entre homens e mulheres é estrutural na sociedade e passa por questões culturais, educacionais e econômicas. Assim, mais do que mudar o Direito, é transformar a cultura e os valores de cada indivíduo, sejam homens ou mulheres.⁴³

As tarefas de afazeres domésticos e cuidado com os filhos devem ser valorizadas, independentemente de quem as fizer. É cotidiano que quando homens publicam em redes sociais uma foto com seu filho(a), passando a madrugada com este, recebam comentários elogiosos como: “Nossa! Está de parabéns! Por mais homens assim...”. Entretanto, geralmente quando uma mulher faz o mesmo com o seu filho(a) de

⁴¹ LIMA, Camila Rodrigues Neves de Almeida. Gênero, trabalho e cidadania: função igual, tratamento salarial desigual. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 26, 2018, n. 3, p. 7. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/47164>. Acesso em: 18 nov. 2021.

⁴² NASCIMENTO, Janaína Xavier. Políticas públicas e desigualdade de gênero na sociedade brasileira: considerações sobre os campos do trabalho, da política e da ciência. **Mediações – Revista de Ciências Sociais**, Londrina, v. 21, 2016, n. 1, p. 333-334. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/20885>. Acesso em: 16 nov. 2021.

⁴³ BORGES, Daniela. **Conquistas e avanços necessários nos direitos das mulheres**. Conjur. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2019-mar-08/daniela-borges-avancos-ainda-necessarios-direitos-mulheres>. Acesso em: 15 nov. 2021.

madrugada, por exemplo, amamentando, muitas vezes não recebe sequer um comentário elogioso, já que a sociedade vê a mulher com o papel de que esta tem o dever de cuidar de sua prole. Mas, não só a mulher tem o dever de cuidar de seus filhos, o homem também.

Além disso, pais que cuidam dos seus filhos e afazeres domésticos sozinhos causam muito mais surpresa em relação as mães que fazem o mesmo sozinhas. Resta claro, portanto, que isso não deveria ser uma surpresa e o que se espera é a superação desse estigma.

Inclusive, pouco se discute na doutrina, acerca da licença-paternidade, garantia de igual estrutura constitucional. A Magna Carta ao tratar da licença-maternidade, garante um período mínimo de afastamento de cento e vinte dias, remunerado e com garantia de estabilidade no emprego (art. 7º, XVIII), enquanto em relação à licença-paternidade, define a sua conformação em legislação ordinária (artigo 7º, XIX), garantindo em suas disposições transitórias, um período de afastamento mínimo de meros cinco dias.⁴⁴

Deste modo, afirmar a existência de uma diferença que estrutura o comportamento das mulheres leva a um tipo de discurso que pode ser apropriado pelo antifeminismo, contribuindo para apresentar a posição subalterna das mulheres na sociedade como um efeito de suas escolhas autônomas. Logo, permite a atualização da velha percepção de que as posições de homens e mulheres refletem não a dominação, mas pretensas inclinações naturais diversas de um e outros sexos.⁴⁵

Durante décadas, a discussão se deu em torno dos papéis das pessoas na família e na sociedade. Questiona-se: será que esses papéis são pré-definidos pelo Estado ou teremos a ideia de liberdade a partir da autonomia?

⁴⁴ TEIXEIRA, Daniel Viana. Desigualdade de gênero: sobre garantias e responsabilidades sociais de homens e mulheres. **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 11, 2010, n. 1, p. 258-259. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/revdireitogv/article/view/24226/22990>. Acesso em: 15 nov. 2021.

⁴⁵ BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Feminismo e política: uma introdução**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2014, p. 75.

2.3 O PAPEL DA MULHER NA SOCIEDADE

Muitas mudanças ocorreram na sociedade brasileira, nas modificações e criações de leis. Com a Lei 6.515/77 (Lei do Divórcio), a mulher tem o direito de separar-se e divorciar-se do marido, sem a obrigação imposta pela Igreja de que o casamento é para toda a vida. A mulher que antes era “propriedade” do marido, obtém seus direitos e obrigações iguais aos homens, com enfoque na CF/88.⁴⁶

Segundo Simone de Beauvoir, ninguém nasce mulher: torna-se mulher. Nenhum destino biológico, psíquico, econômico define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade e sim, o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o macho e o castrado que qualificam como feminino.⁴⁷ Apesar de a autora ter recebido críticas em relação a seu livro, este é essencial para entender o papel da mulher na sociedade. Com essa frase, afirma que não há nenhum fator natural que determine o papel da mulher na sociedade, ocupando um papel abaixo da sua condição de mulher, sendo qualificada a partir do masculino, como se fosse um homem castrado e não um feminino.

É importante demonstrar a figura do patriarcado, que é a construção cultural do domínio da dominação masculina na estrutura social de forma naturalizada e nasce no seio familiar. No momento em que é determinado o papel de dominação do homem na família e restante da sociedade, o papel da mulher está sendo determinado, qual seja, o da subordinação e cuidado. Então, a mulher seria menos capaz, menos forte do que o homem e se constrói uma visão falsa de inferioridade feminina.

Embora um certo senso comum, muito vivo no discurso jornalístico, apresente a plataforma feminista como “superada”, uma vez que as mulheres obtiveram acesso à educação, direitos políticos, igualdade formal no casamento e presença maior e mais diversificada no mercado de trabalho, as evidências da permanência da dominação masculina são abundantes. Em cada uma dessas esferas, foram obtidos avanços,

⁴⁶ DOTTO, Fernanda Real; SIHE, Karen. De a Bela Adormecida à Malévola: O papel da mulher na sociedade. **Psicanálise & Barroco em revista**, Rio de Janeiro, v. 15, 2017, n. 1, p. 116. Disponível em: <http://seer.unirio.br/psicanalise-barroco/article/view/7282>. Acesso em: 16 nov. 2021.

⁴⁷ BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo: a experiência vivida**. Tradução: Sérgio Milliet. 2. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967, p. 9.

porém permanecem em ação mecanismos que produzem desigualdades que sempre operam para a desvantagem das mulheres.⁴⁸

Hoje, a mulher atual, vem passando por transformações nos papéis sociais de mãe, esposa, estudante ou trabalhadora e enfrentando desafios em todas as áreas que propõe a exercer, deixando de ser exclusivamente responsável por atividades ligadas ao lar para adentrar no mercado de trabalho e nas universidades. Isto posto, mesmo com mudanças nos papéis sociais, ainda é perceptível divisões de gênero nos cuidados com pessoas e afazeres domésticos.⁴⁹

Contudo, apesar do crescimento da força de trabalho remunerada feminina e o acesso à escolaridade, as mulheres conseguiram estudar, se formar em uma profissão e entrar no mercado de trabalho. Mesmo com essas conquistas, as mulheres possuem responsabilidades extras, com atividades que podem sobrecarregá-las e trazer prejuízos para a saúde física e mental.⁵⁰

O feminismo assume um papel decisivo ao questionar as estruturas da sociedade contemporânea baseada na desigualdade e exclusão na medida em que foi construída sob a premissa de que parte de seus atores seriam superiores aos demais. Além disso, os movimentos da sociedade civil são de extrema importância para impulsionar as transformações e ao mesmo tempo pressionar por políticas públicas que promovam a inclusão efetiva de todos e todas.⁵¹

A desigualdade de gênero não resulta de inaptidão cognitiva ou social, mas de uma socialização de gênero que delimita papéis e horizontes de possibilidades para homens e mulheres e de estruturas sociais que perpetuam e limitam oportunidades e obstáculos.⁵²

⁴⁸ BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Feminismo e política: uma introdução**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2014, p. 17-18.

⁴⁹ ALVES, Kristine Renata Medeiros; RESENDE, Gisele Cristina. Reflexões sobre as mulheres que exercem múltiplas funções: papéis sociais, dentro e fora de casa. **Revista Educação e Humanidades**, Amazonas, v. 2, 2021, n. 1, p. 623. Disponível em: <https://periodicos.ufam.edu.br/index.php/reh/article/view/8576/6145>. Acesso em: 15 nov. 2021.

⁵⁰ *Ibidem*, p. 624.

⁵¹ BORGES, Daniela. **Conquistas e avanços necessários nos direitos das mulheres**. Conjur, 2019. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2019-mar-08/daniela-borges-avancos-ainda-necessarios-direitos-mulheres>. Acesso em: 15 nov. 2021.

⁵² NASCIMENTO, Janaína Xavier. Políticas públicas e desigualdade de gênero na sociedade brasileira: considerações sobre os campos do trabalho, da política e da ciência. **Mediações – Revista de Ciências Sociais**, Londrina, v. 21, 2016, n. 1, p. 335. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/20885>. Acesso em: 16 nov. 2021.

A divisão sexual do trabalho precisa ser discutida do ponto de vista do exercício da autonomia por mulheres e homens, estando na base do acesso diferenciado a recursos, a tempo, a experiências distintas e ao desenvolvimento de aptidões que se convertem em alternativas. Somado a isso, tem relação direta com a socialização, também distinta, de meninas e meninos e com a construção diferenciada de horizontes de possibilidade para mulheres e homens, desde a infância.⁵³

Deste modo, tanto os homens quanto as mulheres devem ser livres e terem direito de escolha, mas para terem direito de escolha, é necessário erradicar da sociedade o preconceito.

É importante salientar que padrões de beleza e a busca pela aprovação da própria aparência orientam ao menos parcialmente a vida de muitas mulheres e colaboram para reproduzir as desigualdades de gênero.⁵⁴

Desde criança, a menina embala sua boneca e enfeita-a, pensando em si mesma como uma maravilhosa boneca. Através de cumprimentos e censuras, de imagens e de palavras, ela descobre o sentido das palavras “bonita” e “feia” e, sabe, desde logo, que para agradar é preciso ser “bonita como uma imagem”. Assim, procura assemelhar-se a uma imagem e compara-se às princesas e fadas dos contos.⁵⁵

O culto à beleza perpetua a divisão sexual do trabalho, destinando as mulheres às profissões ligadas a estética e a moda. A importância que é dada a beleza e a sedução contribui para afastar as mulheres de um conjunto de profissões que são consideradas masculinas e as atividades que elas são mais bem remuneradas são justamente aquelas em que a aparência possui uma função essencial, como apresentadora de televisão, modelo, atriz e relações públicas. Destaca-se que em algumas profissões a beleza é utilizada como um instrumento de discriminação sexual e as empresas se recusam a contratar uma mulher em decorrência da sua idade ou do seu peso.⁵⁶

⁵³ BIROLI, Flávia. **Gênero e desigualdades: os limites da democracia no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2018, p. 113-114.

⁵⁴ *Ibidem*, p. 116.

⁵⁵ BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo: a experiência vivida**. Tradução: Sérgio Milliet. 2. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967, p. 20.

⁵⁶ FRIZZERA, Mariana Paiva. **Consumo e gênero: corpo e cirurgias estéticas na construção da identidade das mulheres brasileiras na sociedade de consumo**. 2018, p. 96. Dissertação. (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Faculdade de Direito de Vitória, Espírito Santo. Orientador: Prof. Dr. André Filipe Pereira Reid dos Santos. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/FDV-1_b13b078714766b60f1d4915c550ebc84. Acesso em: 16 nov. 2021.

Um outro ponto que merece destaque é que no Brasil, as primeiras denúncias de violência que, continuamente eram praticadas contra as mulheres, ocorreram entre os anos 70 e 80. Por isso, os movimentos feministas tiveram destaque, com intensa participação e sua mobilização buscou criar vias de diálogo com o Estado, denunciando a atuação do sistema de justiça e seus critérios, que absolviam homens que assassinavam suas companheiras, usando argumentos que justificavam e legitimavam o comportamento masculino.⁵⁷

O papel que a mulher possui na sociedade é de protagonismo, tendo em vista todos os movimentos feministas, e assume outros papéis fora o de mãe, esposa e cuidadora do lar, como profissional, cidadã e assume cargos de liderança em grandes empresas.

A teoria política feminista desloca a compreensão do que é justiça, democracia, autonomia, identidade e fez isso motivada por uma compreensão profundamente crítica das instituições vigentes e das relações que elas fomentam. É esse olhar crítico, transformador, que produziu e produz o melhor do feminismo como movimento social e como teoria política.⁵⁸

Ao politizar as desigualdades de gênero, o feminismo transforma as mulheres em novos sujeitos políticos. Essa condição faz com que os sujeitos assumam, a partir do lugar que estão inseridos, diversos olhares que desencadeiam processos particulares subjacentes na luta de cada grupo particular, a exemplo de mulheres indígenas e grupo de mulheres negras.⁵⁹

Apesar de todas as conquistas, em agosto de 2021 essa situação regrediu. Os planos de saúde têm exigido em alguns estados o consentimento do marido para autorizarem o procedimento de inserção de DIU (dispositivo intrauterino) em mulheres casadas. A situação é tão absurda que a ANS (Agência Nacional de Saúde) abriu processo administrativo contra planos de saúde que exigem essa autorização do marido e orientou as mulheres beneficiárias de planos de saúde que

⁵⁷ KESKE, Henrique Alexander Grazi; ROCHA, Claudine Rodembush. A importância da luta dos movimentos feministas no desenvolvimento da tipificação do feminicídio e na busca por igualdade entre os gêneros. **Revista de Gênero, Sexualidade e Direito**, Salvador, v. 4, 2018, n. 1, p. 87. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/revistagsd/article/view/4106/pdf>. Acesso em: 16 nov. 2021.

⁵⁸ BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Feminismo e política: uma introdução**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2014, p. 151-152.

⁵⁹ CARNEIRO, Sueli. Mulheres em movimento. **Estudos avançados**, São Paulo, v. 17, 2003, n. 49, p. 119. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/9948>. Acesso em: 18 nov. 2021.

se sentiram prejudicadas a “registrar denúncia” nos canais de atendimento da agência.⁶⁰

Somado a isso, é comum que a mulher pague mais em determinados produtos em relação aos homens, principalmente se a cor for rosa. Neste sentido, no capítulo seguinte, será analisado o mercado de consumo e a tributação sobre as mulheres, restando claro que “coisas de menina” acabam sendo mais caras do que “coisas de menino”, contribuindo ainda mais para a desigualdade de gênero entre homens e mulheres.

⁶⁰ G1. **ANS abre processo administrativo contra planos de saúde para apurar exigência de autorização do marido para inserção do DIU em mulheres.** Portal G1, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/08/17/ans-abre-processo-administrativo-contr-planos-de-saude-para-apurar-exigencia-de-autorizacao-do-marido-para-insercao-do-diu-em-mulheres.ghtml>. Acesso em: 16 nov. 2021.

3 O MERCADO DE CONSUMO

Impende ressaltar que se vive um tempo em que a aparência é mais observada do que o conteúdo, de forma que o “ter” é mais valorizado do que o “ser”. Sendo assim, demonstra-se a sociedade de consumo, que por meio de uma linguagem sedutora em anúncios impressos, publicados em revistas ou veiculados pelas emissoras de televisão e de rádio impulsiona a referida ideia.⁶¹

Nesta linha de raciocínio, neste tópico, pretende-se trazer à baila algumas concepções do mercado de consumo e da tributação sobre a mulher. Por conseguinte, pretende-se defender o entendimento de que a mulher acaba pagando mais em produtos semelhantes aos dos homens, em igual composição, marca e finalidade, se perfazendo no termo *pink tax* (imposto rosa), que muitas vezes não é percebido pelas próprias consumidoras.

As mulheres se tornaram o maior público-alvo do mercado de consumo, devido a publicidade em revistas femininas e televisão, como uso de cosméticos, peças de vestuário e aquisição de eletrodomésticos. Deste modo, muitas empresas se aproveitam disso para elevar o preço de produtos ou serviços direcionados às mulheres e muitas vezes, alegam diferenças na composição. Com essa diferença, passa a ser legal o aumento dos valores de produtos ou serviços. Mas, se o consumidor se sentir lesado, pode entrar em contato com órgãos de defesa do consumidor de forma que, se as pessoas denunciasses esses abusos, as empresas teriam prejuízos que fariam com que não houvesse diferença entre os preços.⁶²

As empresas que se aproveitam para elevar o preço de produtos ou serviços destinados às mulheres alegam que a diferenciação do preço se dá em razão dos produtos terem especificidades diferentes para homens e mulheres. No entanto, essa justificativa não se sustenta, tendo em vista que em diversas pesquisas que

⁶¹ CABEZON, Ricardo de Moraes. A mulher consumidora e os conceitos consumeristas a ela aplicáveis. In: D'URSO, Clarice; D'URSO, Umberto Luiz Borges (Coord.). **Coletânea de artigos: “dos direitos da mulher”**. São Paulo: Comissão OAB/SP, 2012, p. 178.

⁶² OLIVEIRA, Débora Biniz; RICCO, Adriana Sartório. A influência do marketing e o comportamento da consumidora no processo de compra de produtos com taxa rosa. **Revista Espaço e Tempo Midiáticos**, Tocantins, v. 2, 2017, n. 1, p. 120. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/midiaticos/article/view/3794/11468>. Acesso em: 14 dez. 2021.

serão demonstradas, foram levados em consideração produtos semelhantes, da mesma marca, com composição e finalidade idênticas.⁶³

Algumas marcas se posicionam para que haja igualdade de gênero em alguns produtos de suas linhas, mas acabam sendo despercebidas pela maioria, já que há fatores que influenciam no processo de compra, como o *marketing*, e não somente o preço.⁶⁴

Neste sentido, a mulher consumidora deve ter conhecimento prévio de seus direitos, a fim de que possa exigir suas prerrogativas e atendimento de suas insatisfações.

3.1 AS MULHERES SÃO MAIS CONSUMISTAS?

Segundo o dicionário, consumir significa fazer desaparecer pelo seu uso, gastar. Será que, de fato, as mulheres são mais consumistas do que os homens? O que se vê é uma extrema desigualdade de gênero nos preços de produtos que são para as mulheres, conforme restará demonstrado.⁶⁵

Em pesquisa realizada entre 2016 e 2017, para o Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor pela ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing), que será mais aprofundada na seção 3.3.2, conduzida pelo Professor Doutor Fábio Mariano, intitulada de Taxa Rosa, a quantidade e variedade de itens para as mulheres é maior do que para os homens e somente no vestuário, considerando os acessórios, as mulheres encontram pelo menos dezesseis itens a mais que não existem para os homens. Contudo, essa pesquisa focou em produtos que são semelhantes e que há diferenças de preços que não são percebidos pelo público feminino. Dessa forma, foi constatado que as mulheres representam quase 65% do público consumidor, provocando um preço mais competitivo para as

⁶³ GUIMARÃES, Sara. **Pink Tax: O preço da desigualdade de gênero**. Correio Braziliense, 2020. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/comunidade-ei/2020/03/16/noticias-comunidadeei,834648/pink-tax-o-preco-da-desigualdade-de-genero.shtml>. Acesso em: 10 jan. 2022.

⁶⁴ OLIVEIRA, Débora Biniz; RICCO, Adriana Sartório. A influência do marketing e o comportamento da consumidora no processo de compra de produtos com taxa rosa. **Revista Espaço e Tempo Midiáticos**, Tocantins, v. 2, 2017, n. 1, p. 120. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/midiaticos/article/view/3794/11468>. Acesso em: 14 dez. 2021.

⁶⁵ CIÊNCIA. *In*: Minidicionário Soares Amora da língua portuguesa. 19. ed. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 170.

mulheres, uma vez que a alta demanda refletiria em uma produção maior e consequente otimização dos custos e preços.⁶⁶

As mulheres têm um papel econômico de consumidoras desde a sociedade de consumo, pois, como relatado no Capítulo 02, era dona do lar, de forma que fazia as compras no mercado, cuidava dos filhos, arrumava a casa e cozinhava. Atualmente, há a indústria da moda, bem como da beleza, que é focada no público feminino e há mais cobrança social em relação a sua aparência do que o homem. Logo, há uma típica frase que todas as meninas crescem escutando “Não existe mulher feia, existe mulher malcuidada” e estas já crescem com uma pressão social em relação a sua aparência e determinadas indústrias fazem a mulher consumir mais.

A publicidade é o instrumento fundamental do qual se utiliza o capitalismo, de forma que sua influência nas pessoas se dá como forma de estímulos e imposição de padrões de comportamento, seduzindo milhões de espectadores e incitando uns aos outros à prática de uma competição de quem pode ter determinado produto mais do que o outro.⁶⁷

Zygmunt Bauman dispõe que o arquétipo da corrida particular que cada membro da sociedade de consumo está correndo é a atividade de comprar. Isto posto, não se compra apenas comida, sapatos, automóveis ou itens de mobiliário, tendo em vista que a busca ávida e sem fim por novos exemplos aperfeiçoados e por receitas da vida é uma variedade de comprar.⁶⁸

Ocorre que, o consumismo de hoje não diz mais respeito à satisfação de necessidades. Os consumidores correm atrás de sensações agradáveis ou sensações mais profundas e reconfortantes, mas estão tentando escapar da insegurança, querendo estar pelo menos seguros e confiantes e a admirável virtude

⁶⁶ MARIANO, Fábio. **Taxa Rosa**. ESPM, 2018, p. 7. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/wp-content/uploads/2018/07/TAXA-ROSA-GENERO-1.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2021.

⁶⁷ MOURA, Roldão Alves de. Consumo ou consumismo? Uma necessidade humana. **Revista da Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo**, São Paulo, v. 24, 2018, n. 1, p. 07. Disponível em: http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_boletim/bibli_bol_2006/Rev-FD-SBC_v.24_n.1.01.pdf. Acesso em: 27 dez. 2021.

⁶⁸ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001, p. 71-72.

dos objetos que encontram quando vão às compras é que eles trazem consigo a promessa de segurança.⁶⁹

Dessa forma, muitas mulheres recorrem a maquiagens, produtos de pele ou de cabelo para estarem em um padrão e serem aceitas por esta sociedade em que “ter” é mais importante do que “ser”, como retratado no início deste capítulo.

A reação contemporânea é tão violenta porque a ideologia da beleza é a última remanescente das antigas ideologias do feminino que ainda tem o poder de controlar aquelas mulheres que a segunda onda do feminismo teria tornado relativamente incontroláveis. Por isso, ela se fortaleceu para assumir a função de coerção social que os mitos da maternidade, domesticidade, castidade e passividade já não conseguem impor. De imediato, as indústrias das dietas e dos cosméticos passaram a ser os novos censores culturais do espaço intelectual das mulheres.⁷⁰

Em entrevista ao Portal Extra, a educadora financeira e criadora do canal ‘Finanças Femininas’, Carol Sandler, diz que as mulheres sofrem uma pressão social em relação à aparência em todas as esferas de sua vida. Por isso, a indústria de beleza explora esse mercado, desenvolvendo produtos extremamente específicos, estimulando a compra de mais itens e o gasto de mais dinheiro. A educadora traz também que em algumas empresas, as mulheres têm que estar sempre maquiadas e, em contrapartida, se o homem está com barba ninguém debate.⁷¹

Frise-se que o público feminino gasta com a estética, que é algo exigido principalmente no mercado de trabalho. Além disso, a frequência com que a mulher vai ao salão, fazer as unhas e cabelos, bem como arcar com maquiagens pode perfazer um custo muito alto, que pode chegar a R\$ 500,00.

Destarte, as mulheres são mais consumistas do que o homem, mas o mercado que promove essa desigualdade, já que para a mulher, há produtos, por exemplo, para olheira e para o corpo, enquanto para o homem pode existir um único produto com diversas funcionalidades. Por conseguinte, o ambiente profissional não cobra o

⁶⁹ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001, p. 79.

⁷⁰ WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Tradução: Waldéa Barcellos. 16. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2021, p. 27.

⁷¹ EXTRA. **Mulheres gastam mais com produtos de beleza que homens. Veja como economizar**. Portal Extra, 2020. Disponível em: <https://extra.globo.com/economia-e-financas/suas-contas/mulheres-gastam-mais-com-produtos-de-beleza-que-homens-veja-como-economizar-rv1-1-24770074.html>. Acesso em: 03 abr. 2022.

público masculino estar sempre com a barba feita ou “esconder” as olheiras. Em síntese, por tais questões, a mulher não consome mais porque quer e sim, pela imposição da relação de consumo e mais ainda, da sociedade. Somado a isso, os produtos femininos são mais onerados do que os masculinos e isso restará demonstrado ao longo dos subtópicos.

3.1.1 Produtos femininos são mais onerados do que os masculinos

Impende salientar que a justificativa para que produtos femininos sejam mais onerados do que os masculinos é que as mulheres gastam mais. Mas, em matéria da Forbes Brasil, Francine Mendes dispõe que tem dois filhos – um menino e uma menina – e a conta da menina é sempre maior do que a do menino, ou seja, tudo para meninas é mais caro.⁷² Nesta senda, essa justificativa merece prosperar?

É comum que em farmácias, em relação a lâminas de barbear, por exemplo, a da mulher seja mais cara do que a do homem. Além disso, xampus femininos têm a tendência de serem mais caros, assim como perfumes e roupas. Dessa forma, uma lâmina, cosmético e roupa feminina tende a ser mais onerosa do que a masculina, sendo que grande parte possui a mesma composição, marca e finalidade e não há razão para isso.

Na época em que o movimento das mulheres abria caminhos no mercado de trabalho, tanto elas quanto os homens já tinham se acostumado com o fato de a beleza ser avaliada como um bem. Ambos os sexos estavam preparados para o desdobramento surpreendente que se seguiu, pois à medida que as mulheres iam exigindo acesso ao poder, esta estrutura recorreu ao mito da beleza para prejudicar de modo substancial o progresso das mulheres.⁷³

Betty Friedan, importante ativista feminista estadunidense, analisou um serviço de *marketing* da época que continha três categorias de mulheres: a verdadeira dona de casa, a mulher profissional e a dona de casa equilibrada. Foi constatado que a

⁷² MENDES, Francine. **Imposto rosa: a saia justa da mulher!** Forbes, 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-mulher/2020/02/imposto-rosa-a-saia-justa-da-mulher/>. Acesso em: 10 jan. 2021.

⁷³ WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres.** Tradução: Waldéa Barcellos. 16. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2021, p. 39.

segunda não era atrativa para o ponto de vista dos anunciantes, pois não seria o tipo ideal de consumidor. Segundo a autora:

O 'segundo tipo' – A profissional ou pseudoprofissional – era a minoria, mas extremamente desagradável do ponto de vista do vendedor; os anunciantes foram avisados de que seria conveniente não deixa-lo ampliar-se, pois essas mulheres, embora nem sempre tenham uma profissão, não acreditam que o lugar da mulher seja o lar. Muitas deste grupo nunca chegaram a ter um emprego, mas sua atitude é a seguinte: “Serviços domésticos são uma terrível perda de tempo. Se meus filhos já tivessem mais idade e eu pudesse sair de casa, faria coisas mais interessantes. Se alguém pudesse se encarregar das refeições e da roupa, eu ficaria muito feliz em ter um emprego”. O que se deve ter em mente em relação à profissional, dizia o estudo, é que embora compre aparelhos modernos não é a cliente ideal. Têm o espírito demasiado crítico.⁷⁴

Por outro lado, a dona de casa equilibrada é o tipo ideal, do ponto de vista do mercado. A moral deste estudo foi que como a dona de casa representa o mercado de maior potencial futuro, seria conveniente para o fabricante desses objetos convencer a um número cada vez maior de mulheres das vantagens de pertencer a esse grupo, e educá-las, anunciando que é possível ter interesses externos conservando-se alerta a influências intelectuais mais amplas (sem se tornar uma profissional).⁷⁵

Acerca disso, pelo fato de as mulheres serem donas de casa, não necessariamente comprarão mais coisas para a casa. Quando a dona de casa insegura, entediada, isolada e inquieta abandonou a Mística Feminina pelo local de trabalho, os anunciantes se defrontaram com a perda de seu principal consumidor.⁷⁶

Indaga-se: por que as mulheres pagam mais do que os homens pelos mesmos produtos?

⁷⁴ FRIEDAN, Betty. **Mística feminina**. Tradução: Áurea B. Weissenberg. Rio de Janeiro: Editora Vozes Limitada, 1971, p. 183.

⁷⁵ *Ibidem*, loc. cit.

⁷⁶ WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Tradução: Waldéa Barcellos. 16. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2021, p. 102.

3.1.2 Das práticas abusivas previstas no Código de Defesa do Consumidor com a consequente objetificação da mulher

Apesar de todo o exposto, em que os produtos femininos são mais onerados do que os masculinos, simplesmente pela justificativa de que a mulher consome mais, é necessário destacar as práticas abusivas para tanto, utilizando a mulher como objeto em certos casos.

De acordo com o artigo 39, inciso X, do Código de Defesa do Consumidor, é vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas, elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.⁷⁷

Neste sentido, se por um lado a mulher paga mais por produtos, por outro, a mulher paga um valor ínfimo ou até mesmo nenhum valor, para entrar em festas e/ou eventos.

Há uma discussão em relação a discriminação de preços entre homens e mulheres para acessos de estabelecimento de lazer e de entretenimento. Trata-se de uma estratégia utilizada por casas noturnas para cobrarem um valor de ingresso menor para mulheres em relação aos homens, sendo um mecanismo de atração de uma quantidade maior de homens. Ocorre que, do ponto de vista normativo, há proibição à discriminação, prevista no artigo 3º, IV, da Magna Carta, bem como a igualdade entre homens e mulheres em seu artigo 5º, inciso II. Além disso, o Código de Defesa do Consumidor assegura o princípio de liberdade de escolha e a igualdade nas contratações, com base no artigo 4º, inciso II. Assim, há uma discriminação ilícita, uma prática vedada aos fornecedores no mercado de consumo, sendo considerada uma prática abusiva.⁷⁸

A hipervulnerabilidade do consumidor encontra-se positivada no inciso IV do artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor, quando se considera uma prática abusiva prevalecer-se da fraqueza, ignorância ou deficiência de julgamento do consumidor, para impingir-lhe seus produtos e serviços, que no ambiente pré-contratual da oferta

⁷⁷ BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 10 jan. 2021.

⁷⁸ MIRAGEM, Bruno. **Discriminação no consumo vai além dos ingressos para mulheres em festas**. Conjur. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2017-jul-05/garantias-consumo-discriminacao-consumo-alem-ingressos-mulheres-festas>. Acesso em: 14 dez. 2021.

publicitária, ganha proporções massificadas. Este dispositivo legal, além de positivar a ideia de uma proteção diferenciada em favor de grupos debilitados economicamente, exerce a função de tipo normativo genérico para o âmbito de controle das práticas empresariais abusivas, bem como funciona de circunstância agravante para efeito de aplicação de sanções administrativas, penais e civis em desfavor do consumidor.⁷⁹

Deste modo, há a colocação da mulher como objeto de *marketing*, funcionando como atrativo na busca por mais pessoas a visitar e consumir no local, sendo comum que mulheres entrem gratuitamente em festas ou paguem um valor ínfimo para terem acesso a determinados locais.⁸⁰

Acerca disso, é importante destacar um caso que ocorreu em 2017, reproduzido em matéria do programa de televisão 'Fantástico', em que Roberto Casali Júnior, estudante de Direito, entrou na justiça contra preço menor para as mulheres em *show* e balada, pois ao entrar em um *site* para comprar o ingresso de um *show*, observou que o ingresso para o público feminino estava mais barato. Isto posto, o estudante entrou na Justiça contra 'R2B Produções' sob a argumentação de que poderia comprar o ingresso de menor valor, tendo em vista que era o mesmo produto e pelo fato de que os homens e mulheres são iguais perante a lei.⁸¹

Pois bem. A partir deste momento, será avaliado o referido processo (número 0718852-21.2017.8.07.0016), do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, com todas as importantes minuciosidades acerca do caso.

Ao entrar com o processo, Roberto Casali Júnior narrou, em petição inicial, que a Ré começou a comercializar em maio de 2017 ingressos para o evento denominado "Na Praia", previsto para junho de 2017, com preços diferenciados para homens e mulheres, fato que fere princípios basilares da Constituição Federal, como o da

⁷⁹ ALCÂNTARA, Ana Beatriz Quintas Santiago de; VERBICARO, Dennis. A percepção do sexismo face à cultura do consumo e a hipervulnerabilidade da mulher no âmbito do assédio discriminatório de gênero. **Revista Pensamento Jurídico**, São Paulo, v. 11, 2017, n. 1, p. 175. Disponível em: <https://fadisp.com.br/revista/ojs/index.php/pensamentojuridico/article/view/81/133>. Acesso em: 27 dez. 2021.

⁸⁰ RODRIGUES, Isabelle de Assunção; SOARES, Dennis Verbicaro. A PARTICIPAÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO E NAS RELAÇÕES DE CONSUMO: contradições e desigualdade de gênero. **Revista da Faculdade Mineira de Direito**, Minas Gerais, v. 24, 2021, n. 47, p. 155. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/Direito/article/view/25999/18187>. Acesso em: 14 dez. 2021.

⁸¹ G1. **Homem entra na Justiça contra preço menor para mulher em show e balada**. Portal G1, 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2017/06/homem-entra-na-justica-contrapreco-menor-para-mulher-em-show-e-balada.html>. Acesso em: 19 mar. 2022.

dignidade da pessoa humana e da isonomia. Também, ponderou que se entre homem e mulher, por princípio constitucional, não há qualquer diferenciação de obrigações e direitos, não há que se falar em privilégios para as mulheres por sua exclusiva condição de gênero. Ademais, o Requerente também fundamentou que a Ré violou o artigo 6º, inciso IV, do Código de Defesa do Consumidor.⁸²

Vale destacar que para o primeiro *show*, o ingresso ‘meia’ para o homem estava custando R\$ 220,00 (duzentos e vinte reais), ao passo que para a mulher estava custando R\$ R\$ 170,00 (cento e setenta reais). Já para o segundo *show*, a ‘meia’ estava custando R\$ 100,00 (cem reais) para a mulher, enquanto para o homem estava custando R\$ 120,00 (cento e vinte reais).

O Requerente pleiteou a concessão de tutela provisória de urgência, alegando ilegalidade na diferenciação de preço para evento com base no gênero do consumidor, para vender os ingressos dos eventos que havia comprado, pelos valores respectivos de R\$ 170,00 (cento e setenta reais) e R\$ 100,00 (cem reais) para a entrada do Autor (Roberto Casali Júnior), sob pena de cominação de multa diária. Além disso, requereu que o Réu fosse compelido a vender todos os ingressos do evento pelo menor preço para homens e mulheres indistintamente, ou seja, vender os ingressos para os homens pelo mesmo preço ofertado às mulheres, sob pena de multa a ser estabelecida pelo Juízo e atribuiu o valor da causa a R\$ 100,00 (cem reais) para meros fins fiscais.

Ocorre que, a Juíza Substituta, Caroline Santos Lima, ao julgar o pedido liminar, por mais que tenha concordado com o Requerente, no sentido de entender pela flagrante ilegalidade da cobrança discriminatória, relatou não ser demonstrado perigo de dano ou risco ao resultado útil do processo, isto porque, como se trata de questão pecuniária, em fase de audiência de conciliação ou eventual instrução processual, seria possível avaliar à política de preços, para adequá-la à legislação consumerista, conforme decisão abaixo:

Não pode o empresário-fornecedor usar a mulher como “insumo” para a atividade econômica, servindo como “isca” para atrair clientes do sexo

⁸² Art. 6º São direitos básicos do consumidor: IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

masculino para seu estabelecimento. Admitir-se tal prática afronta, a dignidade das mulheres, ainda que de forma sutil, velada.

(...)

Em que pese a flagrante ilegalidade da cobrança discriminatória, não é possível estabelecer, em sede de liminar, o valor para cobrança dos ingressos de todos os consumidores. Isso porque, uma vez afastada a cláusula discriminatória, caberá ao empresário-fornecedor refazer a composição dos preços dos ingressos, de forma a fixar o mesmo valor para todos, independentemente do gênero do consumidor.

Ademais, como se trata de questão pecuniária, é perfeitamente possível que se aguarde a fase de conciliação e, se necessário, a instrução processual, momento em que será possível avaliar planilhas de custos, margem de lucro e demais questões relacionadas à política de preços, de forma a adequá-la à legislação consumerista. A simples redução dos preços dos ingressos masculinos poderia gerar desequilíbrio econômico não desejável, em afronta ao princípio da livre iniciativa.

Por tudo isso, o pedido formulado pela parte autora em sede de tutela de urgência não demonstra perigo de dano ou risco ao resultado útil do processo. A urgência alegada pela parte requerente não chega a impor que não se possa aguardar a realização da audiência de conciliação e, se for o caso, o contraditório e a instrução processual.

Por tais razões, indefiro a tutela de urgência.⁸³

Em que pese o não deferimento da liminar, a Juíza Substituta solicitou o envio de Ofício à Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor do Ministério Público do Distrito Federal, para apuração de prática abusiva.

Com efeito, no dia 21 de junho de 2017, o Ministério Público do Distrito Federal e Territórios se manifestou, e trouxe que é possível encontrar no Código de Defesa do Consumidor, argumentos favoráveis e contra a prática de preços diferenciados. Efetivamente, em leitura do artigo 6º, inciso II, do referido Código, assegura como direito básico aos consumidores a igualdade nas contratações e o primeiro passo concreto seria a edição de uma lei proibindo a discriminação, pois, no Distrito Federal, não há lei proibindo a diferença de preços entre homens e mulheres e, culturalmente, há uma tendência de ambos os gêneros aceitarem a discriminação até então vigente. Dessa forma, o Promotor de Justiça, Paulo Roberto Binicheski, determinou a instauração de inquérito civil público para apurar as práticas comerciais

⁸³ DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Processo nº 0718852-21.2017.8.07.0016, CEJUSC-JEC-BSB. Juíza: Caroline Santos Lima. Julgado em: 06 jun. 2017. Disponível em: <https://pje-consultapublica.tjdft.jus.br/consultapublica/ConsultaPublica/DetailProcessoConsultaPublica/listView.seam?ca=0978cf60f211cf1da8f30711b70aed37f9df79130d5ba526>. Acesso em: 16 abr. 2022.

de diferenciação de ingressos para o público feminino e masculino no âmbito do Distrito Federal.

No dia 30 de junho de 2017, foi emitida Nota Técnica de número 08012.001609/2017-25, pelo Ministério da Justiça e Segurança Pública, e foi determinada a expedição de ofícios endereçados às associações representativas dos setores que discriminam o preço pelo gênero, a fim de que tomassem conhecimento da presente nota técnica, para ajustarem seus comportamentos à legalidade, Determinaram, ainda, a comunicação da presente nota técnica ao Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, recomendando que fossem realizadas e intensificadas as fiscalizações, até que essas práticas abusivas, que desprestigiam, sobretudo, as mulheres, sejam banidas do mercado de consumo nacional.

Em contestação, a Acionada traz que não houve violação aos direitos do consumidor, sob o fundamento de que houve o dever de informar bem o público consumidor sobre todas as características importantes de produtos ou serviços, para que aquele que possa adquirir produtos ou contratar serviços, saber exatamente o que poderá esperar deles. Assim, discorda de afronta do Código de Defesa do Consumidor, pois todas as informações, segundo a Ré, foram passadas de forma clara e objetiva, não havendo que se falar em publicidade enganosa ou abusiva por parte da requerida.

No dia 28 de julho de 2017, houve certidão nos autos dispondo que os documentos trazidos pelo Autor para a audiência de conciliação foram válidos, bem como a contestação da Ré foi tempestiva. Neste sentido, os autos foram conclusos para sentença no dia 07 de agosto de 2017, tendo em vista que a audiência de conciliação restou infrutífera.

Por conseguinte, no dia 07 de agosto de 2018 foi publicada a sentença, que fora julgada improcedente. A Juíza de Direito, Oriana Piske, entendeu que os ingressos de menor valor para o público feminino não se configura como propaganda enganosa por parte da Ré, não havendo ilegalidade, já que a mulher possui desigualdade em relação ao homem no tocante a termos de salário, jornada de trabalho, pequena representatividade nas empresas, menor participação em cargos de política, entre outros. Além disso, a Juíza entendeu que essa diferenciação de preços para os gêneros masculino e feminino não seriam uma estratégia de

marketing e sim, permite que a mulher possa optar por participar de tais eventos sociais, conforme trecho de sentença:

Analisando o mais que dos autos consta tenho que não assiste razão aos pedidos autorais. Entendo que o autor não possui a legitimação extraordinária para vindicar eventuais direitos em favor de terceiros. Considero que o pedido do autor no sentido que a requerida forneça, para o mesmo, ingressos pelo menor preço, ou seja, pelo valor do ingresso feminino, nos eventos Mykonos e Capri, não se configura a alegada publicidade enganosa por parte da ré, eis que não verifico a existência de ato ilícito ou abusividade na referida conduta da empresa ré.

Entendo que não há que se falar em violação a direito fundamental à igualdade de gênero, tendo em vista que o próprio eixo central da política de igualdade de gênero busca prestigiar a mulher e garantir os seus direitos e a sua autonomia, tendo em vista que é notória a desigualdade da mulher em relação ao homem, no nosso país, em termos de salário, jornada de trabalho, pequena representatividade nas grandes empresas, diminuta participação percentual em elevados cargos públicos e na política, etc. Ademais, não vislumbro que a diferenciação de tais preços, como estratégia de marketing, possa desvalorizar e/ou inferiorizar a mulher. Ao contrário, tal prática permite que a mulher possa optar por participar de tais eventos sociais.

Registro que não cabe ao Judiciário estabelecer o valor a ser cobrado pelos ingressos de determinado evento – maior ou menor para homem e mulher, uma vez que a análise de trade-off (custo/benefício econômico) é, de modo precípuo, do empresário (fornecedor de produtos e/ou serviços), o qual assume os riscos da atividade econômica. A intervenção do Poder Judiciário na esfera privada deve ser mínima, em casos excepcionais, com a máxima prudência, sob pena de gerar desequilíbrio econômico indesejável, insegurança jurídica para quem se dedica a investir no setor privado, além de representar uma verdadeira afronta ao princípio da livre iniciativa.

Forte em tais razões e fundamentos, JULGO IMPROCEDENTES OS PEDIDOS exordiais e declaro extinto o processo, com resolução do mérito, o que faço com fundamento no art. 487, inciso I do Código de Processo Civil.⁸⁴

Inconformado, o Autor interpôs recurso, objetivando a reforma da sentença, o qual foi julgado pela Segunda Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal. Neste recurso, o Requerente traz que a tutela de urgência foi indeferida, sob o argumento de que haveria prazo o suficiente para a realização da audiência de conciliação e, em que pese a prolatora da decisão, Juíza Caroline Santos Lima, tenha concordado com a fundamentação do Recorrente quanto à ilegalidade na diferenciação de preços, a audiência de conciliação restou infrutífera. Em

⁸⁴ DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Processo nº 0718852-21.2017.8.07.0016, 4º Juizado Especial Cível de Brasília. Juíza: Oriana Piske. Julgado em 07 ago. 2017. Disponível em: <https://pje-consultapublica.tjdft.jus.br/consultapublica/ConsultaPublica/DetailProcessoConsultaPublica/listView.seam?ca=0978cf60f211cf1da8f30711b70aed37f9df79130d5ba526>. Acesso em: 16 abr. 2022.

consequência, a sentença proferida pela Juíza Oriana Piske, que julgou improcedentes os pedidos, teve argumentos diametralmente opostos aos fundamentos da juíza que analisou inicialmente o processo.

Face as considerações aduzidas, o Requerente traz quatro preliminares:

- (I) Sentença ignora fundamentos do próprio juízo (ao prolatar a sentença, a Juíza Oriana Piske, ignora a decisão interlocutória proferida pela Juíza Caroline Santos Lima)
- (II) Sentença ignora nota técnica do Ministério da Justiça: foi emitida uma nota técnica nº 08012.001609/2017-25, com orientações a restaurantes, casas noturnas e bares, vedando a cobrança diferenciada de ingressos para homens e mulheres em eventos e festas.
- (III) Sentença ignora a decisão do PROCON/DF: a decisão da Juíza Caroline Santos Lima, serviu de base para que a venda de ingressos com preços diferenciados para homens e mulheres passasse a ser alvo do PROCON/DF, pois a partir dela o Ministério Público do Distrito Federal abriu inquérito para investigar tais práticas abusivas de discriminação por gênero.
- (IV) Sentença contraria apelo popular: a decisão da Juíza Caroline Santos Lima, serviu de base para elaboração de reportagem no Fantástico, de grande apelo nacional.

Com base em tais argumentos, o Acionante, ora Recorrente, reiterou questões já trazidas em petição inicial, bem como os pedidos, a fim de que a sentença fosse reformada.

Lamentavelmente, o recurso não foi provido e a Segunda Turma dos Juizados Especiais do Distrito Federal concordou com a sentença de primeiro grau, entendendo que não há razão de ter a interferência do judiciário na atividade empresarial, porque não se verifica violação aos direitos fundamentais abarcados por nossa Constituição, como o princípio da isonomia e da dignidade da pessoa humana. O Recorrente foi condenado ao pagamento de custas e honorários

advocatícios em favor do patrono do réu, estes últimos fixados em 20% (vinte por cento).⁸⁵

Ora, a primeira Juíza entende que é ilegal a discriminação de preços entre homens e mulheres, mas, a segunda Juíza e a Turma Recursal entendem que há desigualdade da mulher em relação ao homem, no tocante ao salário, jornada de trabalho, pequena representatividade, cargos na política, entre outros, mas permite que haja diferenciação nos preços? Justamente para demonstrar que há igualdade perante homens e mulheres, o preço deveria ser o mesmo; se não começarem pelo básico, a exemplo de festas, no futuro, a tendência é que todas as questões levantadas pela Juíza de primeiro grau como sendo desiguais, continuarão da mesma forma.

É mister esclarecer que o Autor interpôs Recurso Extraordinário em 2018, perante o STF, trazendo os argumentos supracitados anteriormente, bem como que o caso teve repercussão geral, ultrapassando os interesses subjetivos das partes deste processo, tendo em vista que o processo gerou um amplo debate no país acerca da constitucionalidade da discriminação dos preços. Por isso, trouxe matéria do Fantástico, como exemplo, assim como do 'Portal G1', dentre outros. O Presidente da Segunda Turma Recursal (Almir Andrade de Freitas) entendeu que o recurso era tempestivo, as partes eram legítimas, estava presente o interesse em recorrer e o preparo foi dispensado devido ao deferimento de o Recorrente ser parte beneficiária da justiça gratuita.

Em consequência, o Presidente entendeu que a questão de fundo apresentada no apelo era de cunho infraconstitucional, não ensejando a propositura de recurso extraordinário, posto que se houvesse ofensa à Constituição Federal esta seria indireta e, por isso, indeferiu o processamento do Recurso Extraordinário.⁸⁶

Não satisfeito, o Recorrente interpôs Agravo em Recurso Extraordinário contra decisão que indeferiu o processamento deste. Frise-se que a decisão agravada foi

⁸⁵ DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Acórdão nº 1051698, Segunda Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal. Relator: Arnaldo Correa Silva. Julgado em 04 out. 2017. Disponível em: <https://pje-consultapublica.tjdft.jus.br/consultapublica/ConsultaPublica/DetalleProcessoConsultaPublica/listView.seam?ca=0978cf60f211cf1da8f30711b70aed37f9df79130d5ba526>. Acesso em: 16 abr. 2022.

⁸⁶ *Ibidem*.

mantida e, nos termos do artigo 1.042, §4º do CPC, o presente recurso foi encaminhado pelo Presidente ao STF.⁸⁷

Saliente-se que apenas no dia 30 de junho de 2021, o presente Agravo em Recurso Extraordinário foi julgado (número 1.139.568) e o relator, Ministro Nunes Marques, entendeu não competir ao STF atuar como mero revisor de decisões proferidas pelas instâncias de origem, quando tais atos não alcançarem a densidade jurídica necessária ao exame desta Corte. Além disso, dispôs que o caso em questão não possuía repercussão geral e, por tais questões, o recurso não foi provido.⁸⁸

Diante do caso exposto, enquanto o Legislativo não agir, será difícil para o Judiciário. A primeira Juíza poderia ter emitido uma ordem judicial para que o Autor comprasse o ingresso mais barato, e que o estabelecimento assim o fizesse com os outros consumidores, mas esta questão não é tão simples como parece.

Logo, tendo em vista as inúmeras decisões, a mulher se torna um objeto, pois tanto o público feminino quanto o masculino terão acesso ao mesmo estabelecimento. Muitos locais utilizam como justificativa que no Brasil é uma política comum as mulheres pagarem menos em festas, mas isso contribui ainda mais para a desigualdade de gênero.

A televisão também, por meio da publicidade, é fonte de conceitos e valores para as telespectadoras ao transmitir os estereótipos dos diversos papéis desempenhados pela mulher na sociedade brasileira. Porém, a mulher também é manancial para a publicidade que vai buscar no cotidiano e, assim, através da observação da mulher, a publicidade seleciona as imagens a serem refletidas e é na televisão que os diferentes tipos de mulheres se reconhecem e se espelham.⁸⁹

⁸⁷ Art. 1.042. Cabe agravo contra decisão do presidente ou do vice-presidente do tribunal recorrido que inadmitir recurso extraordinário ou recurso especial, salvo quando fundada na aplicação de entendimento firmado em regime de repercussão geral ou em julgamento de recursos repetitivos. § 4º Após o prazo de resposta, não havendo retratação, o agravo será remetido ao tribunal superior competente.

⁸⁸ BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Agravo em Recurso Extraordinário nº 1.139.568 – Proc. 0718852-21.2017.8.07.0016. Recorrente: Roberto Casali Júnior Recorrido: R2B Producoes e Eventos Ltda. Relator: Min. Nunes Marques. Brasília, DJ 07 jul. 2021. Disponível em: <https://jurisprudencia.stf.jus.br/pages/search/despacho1218229/false>. Acesso em: 16 abr. 2022.

⁸⁹ PALACCE, Jamile Marinho. A mulher na propaganda: um olhar sobre os arquétipos femininos nas produções publicitárias. In: GONÇALVES, Elizabeth Moraes; TARSITANO, Paulo Rogério (Orgs.). **Publicidade no plural**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2011, p. 37-38. Disponível em: http://portal.metodista.br/comunicacao/publicacoes/arquivos/publicidade_no_plural.pdf. Acesso em: 27 dez. 2021.

Um exemplo foi a propaganda da Cerveja Itaipava, que tinha a modelo e bailarina Aline Campos, à época conhecida como Aline Riscado, como protagonista. Em 2015, o CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) pediu para que a Itaipava suspendesse a sua campanha, pelo fato de a propaganda da marca possuir “sensualidade excessiva”. A mulher estava de biquíni e na garrafa em sua mão estava escrito “300 mL”, na lata de cerveja “350 mL” e em seus seios, 600 mL”, com os dizeres “Faça a sua escolha”. Mas, sob a representação de número 078/15, por unanimidade, foi decidida pela suspensão da campanha.⁹⁰

Além disso, a campanha “Vai e Vem Verão” da mesma marca, Itaipava, tem como cenário um quiosque em uma praia, protagonizado pela bailarina acima, como garçom e, em uma mesa, em um dado momento, um rapaz chega ao bar e pede uma cerveja. Logo após, a câmera foca nos seios da moça ao lado de uma garrafa sendo aberta e o garçom ao sair para atender o homem diz “Vai Verão”. Nesta linha, percebe-se que a bebida se torna figurante diante da atriz, ou seja, a marca passa a usar a personagem como atração para aumentar as vendas, descaracterizando-a como ser e passando a utilizá-la como objeto de troca.⁹¹

Vale evidenciar o Bloco Harém, do Carnaval de Salvador, que ocorre anualmente no Circuito ‘Barra – Ondina’, com edições marcantes. Neste bloco, todas as mulheres são convidadas, enquanto os homens precisam comprar o ingresso (abadá). Mais uma vez, há o pensamento de que as mulheres deixam a festa mais atraente e, conseqüentemente, isso chama mais homens.

Onde está a valorização da mulher? Até quando a mulher será vista como um objeto? Justamente por isso, o princípio da igualdade, tão reforçado em nossa Constituição, está sendo violado.

⁹⁰ DEARO, Guilherme. **Conar pede que Itaipava suspenda sua campanha**. Exame, 2015. Disponível em: <https://exame.com/marketing/conar-pede-que-itaipava-suspenda-sua-campanha/>. Acesso em: 19 mar. 2021.

⁹¹ BONESSO, Márcio; LIMA, Gyzely Suely Lima; ROSA, Rebeka Germano. Movimentos feministas no Marketing de Relacionamento: As propagandas de cerveja no Brasil. In: ALMEIDA, Marcelo Dias de; LIMA, Gyzely Suely (Orgs.). **Marketing em movimento**. Uberlândia: IFTM, Campus Uberlândia Centro, 2018, p. 86-88.

3.2 DA VIOLAÇÃO AO PRINCÍPIO DA IGUALDADE

Impende salientar que há uma insistente violação da dignidade das mulheres, não só mediante um processo de discriminação que afronta o princípio da igualdade, mas também através de violações corporais de diferentes ordens que chegam a níveis de violência física intoleráveis.⁹²

Consoante estudo “Estatísticas de Gênero: Indicadores Sociais das Mulheres no Brasil”, divulgado pelo IBGE em 07 de março de 2018, foi demonstrado que o caminho a ser percorrido em direção à igualdade de gênero, em um cenário que homens e mulheres gozem dos mesmos direitos e oportunidades, ainda é longo para as mulheres e tortuoso se esta for preta e parda e residir fora dos centros urbanos das Regiões Sul e Sudeste. O tempo dedicado ao cuidado de pessoas e/ou afazeres domésticos, em horas semanais, é de 10,5 horas para os homens e de 18,1 horas para as mulheres, em pesquisa de 2016. Já em relação aos rendimentos médios mensais de todos os trabalhos, a mulher percebe a quantia de R\$ 1.764,00, enquanto o homem de R\$ 2.306,00.⁹³

No tocante à vida pública, em 2016, 62,2% dos cargos gerenciais eram ocupados por homens, enquanto 37,8% eram ocupados por mulheres. Já a representação política, no ano de 2017, 10,5% dos assentos da Câmara dos Deputados eram ocupados por mulheres.⁹⁴

Vê-se, portanto, que o disposto no art. 5º, *caput*, bem como inciso I do mesmo artigo, da Constituição Federal, não está sendo cumprido.⁹⁵

A igualdade proposta no art. 5º, inciso I, da CF/88 é uma utopia, tendo em vista que não há igualdade fisiológica, psicológica, tampouco a corporal. Isto posto, a igualdade que se deve buscar é a equiparação isonômica material, com base na

⁹² BARBOZA, Heloisa Helena Gomes; JUNIOR, Vitor de Azevedo Almeida. (Des)Igualdade de gênero: restrições à autonomia da mulher. **Revista Pensar**, Fortaleza, Ceará, v. 22, 2017, n. 1, p. 243. Disponível em: <https://periodicos.unifor.br/rpen/article/view/5409/pdf>. Acesso em: 22 mar. 2022.

⁹³ IBGE Educa. **Indicadores sociais das mulheres no Brasil**. Divulgado pelo IBGE em 07 de março de 2018. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/materias-especiais/20453-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil.html>. Acesso em: 27 mar. 2022.

⁹⁴ *Ibidem*.

⁹⁵ Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: I - homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição;

formalidade limitadora dessas diferenças e não tão somente dispor que “homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações”, que caracteriza uma utopia.⁹⁶

O Estado de Minas, em publicação de matéria, trouxe que de acordo com o Instituto de Defesa do Consumidor no Brasil (IDEC), os preços não deveriam ter diferenciação, bem como os estabelecimentos que cobram preços reduzidos para mulheres em eventos de lazer estão infringindo a regra de direitos iguais, uma vez que a diferenciação dos valores fere a igualdade entre os gêneros e desrespeita a dignidade das mulheres, utilizando-as como “iscas”.⁹⁷

3.3 PINK TAX

Existe há décadas uma crença de que produtos custam mais quando são para as mulheres, mesmo que exista um equivalente para os homens. Este fenômeno fez surgir entre economistas e algumas vozes críticas o termo “taxa rosa”. Julie Manin, coautora do estudo sobre Nova York, sugere que as mulheres passem a comprar alguns produtos nas prateleiras masculinas, abandonando seus equivalentes femininos mais caros quando for possível, já que barbeadores para homens, por exemplo, custam 20% a menos e, muitas vezes, a única diferença para um depilador feminino com lâminas é a cor.⁹⁸

Há *pink tax* quando o produto feminino tem a mesma composição, marca e finalidade do produto masculino e tem seu preço elevado, geralmente, apenas em razão da embalagem rosa.

A crença de que produtos e serviços para as mulheres são mais caros quando comparados a versões similares para os homens, é comprovada na prática em

⁹⁶ FERNANDES, Francisco Luiz. Da inaplicabilidade exegética quanto a formalidade contida no inciso I, do artigo 5º da Constituição Federal de 1988. **Revista Científica Universitas**, Itajubá, v.2, 2009, n. 2, p. 9. Disponível em: <http://revista.fepi.br/revista/index.php/revista/article/view/18/16>. Acesso em: 28 mar. 2022.

⁹⁷ GATTI, Gabriela. **Taxa rosa: mulheres pegam mais caro que os homens pelos mesmos produtos.** Estado de Minas, 2021. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2021/07/16/internas_economia,1287438/taxa-rosa-mulheres-pagam-mais-caro-que-os-homens-pelos-mesmos-produtos.shtml. Acesso em: 02 abr. 2022.

⁹⁸ DANA, Samy. **‘Taxa Rosa’: por que produtos para as mulheres são mais caros?** Portal G1, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/educacao-financeira/blog/samy-dana/post/2018/10/04/taxa-rosa-por-que-produtos-para-as-mulheres-sao-mais-caros.ghtml>. Acesso em: 27 dez. 2021.

várias partes do mundo. No Brasil, com base os dados da pesquisa Taxa Rosa, elaborada pelo Professor Doutor Fábio Mariano Borges, os artigos para as mulheres são, em média, 12.3% mais caros do que os destinados aos homens. No vestuário adulto, as mulheres pagam 17% mais, já no vestuário infantil a diferença do valor chega a 23%.⁹⁹

Nesta pesquisa, foi constatada, inclusive, que um tênis de uma marca específica, em sendo feminino, era 75% mais caro e uma camiseta esportiva básica era 33% mais cara.¹⁰⁰

Ademais, é importante salientar o Remédio Buscopan e Buscofem. O primeiro é utilizado para qualquer desconforto abdominal e é indicado para o alívio de cólicas abdominais. Da mesma forma, o Buscofem também é utilizado para o alívio de cólicas abdominais, porém, a caixa tem a cor rosa. Ocorre que, o preço de ambos é diferente, sendo que possuem a mesma fórmula e função, ou seja, somente por ter a cor rosa, a caixa de remédio é mais cara, o que é totalmente desigual.

Por mais que o consumidor tenha a opção de escolher se deseja optar pelo Buscofem ou Buscopan, não é razoável estabelecer diferenciação de preços entre remédios que têm a mesma fórmula.

Essas questões podem parecer mínimas em alguns momentos, quando a diferenciação de valores é R\$ 1,00 ou R\$ 2,00, porém, existem casos que a diferença de preços é absurda, chegando a custar R\$ 300,00 mais caro. Precisamente, o conceito e surgimento da *pink tax*, bem como seus impactos no Brasil serão analisados, a fim de demonstrar que, na prática, não há igualdade de preços entre homens e mulheres.

3.3.1 Conceito e surgimento da *pink tax*

É necessário reiterar como surgiu o *pink tax*. Em 1992, o DCA (Dollar Cost-Averaging – em português: Média de Custo em Dólar) conduziu uma investigação de

⁹⁹ MARIANO, Fábio. **Taxa Rosa**. ESPM, 2018, p. 11. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/wp-content/uploads/2018/07/TAXA-ROSA-GENERO-1.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2021.

¹⁰⁰ *Ibidem*, loc. cit.

“viés de preços contra as mulheres no mercado” e emitiu um relatório com as descobertas intitulado *Gypped by Gender* (em português: Enganado pelo Gênero). O estudo concluiu que as mulheres pagam mais do que os homens em revendedores de carros usados, lavanderias e cabeleireiros. Um grande obstáculo para ajudar os consumidores a evitar o viés de preços, conforme o estudo, era a falta de informações sobre os preços pagos por outros consumidores.¹⁰¹

Em 2014 e 2015, o DCA (Dollar Cost-Averaging) emitiu 118 e 129 violações, respectivamente, para empresas por violação de gênero da cidade de Nova Iorque. Um estudo de 2011 da University of Central Florida encontrou os mesmos resultados daquele. O estudo examinou o preço dos produtos de higiene pessoal, além de serviços, e chegou à consideração que as mulheres pagam mais do que os homens por certos bens e serviços, como desodorantes, cortes de cabelo e lavagem a seco.¹⁰²

Portanto, não somente nos Estados Unidos e outros países, mas também no Brasil, essa diferença de preço entre produtos femininos e masculinos é observada. Nesta senda, as empresas se aproveitam do argumento que como a mulher consome mais, em produtos “baseados pela sua cor”, que normalmente é rosa, e fazem com que o sexo feminino sofra essa desigualdade.

Desta forma, o termo *pink tax*, significa “taxa rosa” ou “imposto rosa” e é uma expressão que faz referência ao sobrepreço de certos produtos destinados às mulheres. Esta hipótese é que, muitas vezes, o fato de o produto ser rosa ou apresentar algumas especificações que possam identificá-lo como feminino, o torna mais caro do que produtos idênticos ou similares, considerados como neutros ou com características masculinas.¹⁰³

¹⁰¹ BLASIO, Bill; MENIN, Julie. **From Cadle to Cane: The Cost of Being a Female Consumer**. New York: New York City Department of Consumer Affairs, 2015, p. 15. Disponível em: <https://www1.nyc.gov/assets/dca/downloads/pdf/partners/Study-of-Gender-Pricing-in-NYC.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2021.

¹⁰² *Ibidem*, p. 16.

¹⁰³ LUCCA, Lívia Maria; OLIVEIRA, Maria Clara de Neto Sales. PINK TAX NO BRASIL: Investigações preliminares. **Ética, Direito e Alteridade**. Belo Horizonte, v. 6, 2021, n. 11, p. 238. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/virtuajus/article/view/28010/19369>. Acesso em: 19 mar. 2021.

3.3.2 Impacto no Brasil

Em pesquisa conduzida pelo Professor Doutor Fábio Mariano em 2018, este observou que os produtos destinados para as mulheres são 12.3% mais caros em relação ao dos homens. Conforme preços pesquisados em outubro de 2016 a janeiro de 2017, um tênis feminino casual custava R\$ 699,90, ao passo que o tênis no modelo masculino custava R\$ 399,90, da mesma marca, sendo 75% mais caro. Também, em marca específica de xampu, o feminino custava R\$ 22,25 e o masculino R\$ 20,25, ou seja, 9.8% mais caro.¹⁰⁴

Somado a isso, na referida pesquisa, em uma sondagem com 480 mulheres de três capitais distintas, 82% dessas mulheres não perceberam a diferença entre os preços por gênero, 89% acharam normal o preço ser mais alto para as mulheres, com a justificativa de que são mais consumistas, 92% nunca negociaram o preço devido à diferença por gênero ou nunca reclamaram deste motivo e, por fim, 97% das mulheres concordaram que é mais caro ser mulher.¹⁰⁵

De fato, é mais caro ser mulher, segundo o estudo apontado. Concluiu-se que em média, os produtos destinados para as mulheres, com a mesma versão para os homens são 12.3% mais caros. Essa diferença, entretanto, começa desde bebê, pois roupas para meninas até três anos de idade chegam até 23% a mais da mesma versão para os meninos. Além disso, os brinquedos para meninas também são mais caros, e essa diferença pode chegar a 26% e a quantidade e variedade de itens para as mulheres é maior do que para os homens, tendo em vista que considerando o vestuário, as mulheres encontram 16 itens a mais que não existem para os homens. Portanto, há a ideia de que o gênero feminino é construído a partir do consumo e envolve mais produtos do que o gênero masculino.¹⁰⁶

É importante ressaltar uma pesquisa realizada por Marco Aurélio Ruediger, pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas (FGV DAPP), que analisou a incidência da discriminação de gênero em produtos de varejo online. Dos 138 pares de produtos pesquisados, 61% não apresentaram nenhuma diferença

¹⁰⁴ MARIANO, Fábio. **Taxa Rosa**. ESPM, 2018., p. 11 Disponível em: <https://www.poder360.com.br/wp-content/uploads/2018/07/TAXA-ROSA-GENERO-1.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2021.

¹⁰⁵ *Ibidem*, p. 4.

¹⁰⁶ *Ibidem*, p. 5.

de preço entre os pares, e 28% tinham valores maiores para os produtos destinados ao público feminino, evidenciando a presença da taxa rosa. Somado a isso, foi identificado que 11% dos produtos pesquisados tinham preços mais caros para os homens e, deste modo, a taxa rosa foi observada nas cinco categorias analisadas, sendo que a maior incidência ocorreu na categoria de vestuário adulto, em 46% dos pares de itens pesquisados, e a menor foi no vestuário infantil, que apresentou taxa rosa em 13% dos 38 pares levantados na categoria.¹⁰⁷

A propósito, uma categoria que causa espanto é a de higiene e cuidados pessoais, por ser a mais frequente e emblemática nos estudos sobre a taxa rosa. Dentre os 32 pares pesquisados, incluindo desodorantes, aparelhos de barbear/depilação, xampus e sabonetes, 11 apresentaram a taxa rosa e apenas dois custavam mais caro para os homens. O maior caso observado foi de um item de aparelho de barbear e de depilação, que o valor para a mulher era 36% maior. O aparelho, que possui mesma marca e finalidade, para o público feminino custa R\$ 22,90 e para o público masculino R\$ 16,85.¹⁰⁸

Sendo assim, não somente o mercado de consumo causa impacto sobre as mulheres, mas também a tributação sobre maquiagens, absorventes higiênicos, métodos contraceptivos, fraldas infantis e geriátricas, os quais possuem uma alíquota alta.

3.4 A TRIBUTAÇÃO EM PRODUTOS FEMININOS

Inicialmente, a relação entre tributação e desigualdade de gênero não é trivial e deve ser analisada a partir do papel que o exercício da tributação exerce nos Estados modernos. A obtenção das receitas via imposição tributária é demanda necessária ao financiamento das necessidades públicas e em sentido mais amplo, dos direitos e garantias conferidos aos cidadãos. Portanto, a existência material do Estado é dependente da receita tributária. Então, se, de um lado, a vontade da organização coletiva formalizada na concessão de autoridade jurídica e determinadas instituições

¹⁰⁷ RUEDIGER, Marco Aurélio. **Existe taxa rosa no Brasil? Incidência da discriminação de gênero em produtos de varejo online**. Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2020, p. 14. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/30152?show=full>. Acesso em: 02 abr. 2022.

¹⁰⁸ *Ibidem*, p. 16.

constitui o arcabouço formal do Estado, a existência de tributos é responsável por sustentar materialmente essas mesmas instituições.¹⁰⁹

O modelo de Estado limita e informa a estrutura necessária do sistema tributário que, por sua vez, é responsável pela entrega dos recursos materiais. Desse modo, ainda que a função inicial e constitutiva do direito tributário seja o financiamento da estrutura administrativa estatal e, de uma forma geral, a garantia da ordem interna, a segurança nacional e o desenvolvimento de atividades de interesse comum, o desenho institucional do Estado confere à tributação um papel adicional e conectado ao primeiro: o de realizar objetivos públicos, em sentido amplo.¹¹⁰

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. Assim, 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.¹¹¹

A partir da concepção de que a extrafiscalidade pode ser instrumento de concretização da isonomia entre homens e mulheres, tributaristas femininas apontam a possibilidade de redução ou isenção de alíquotas incidentes sobre bens de uso exclusivamente femininos. Também, cogita-se a hipótese de existência do fenômeno *pink tax* que onera desproporcionalmente as mulheres consumidoras.¹¹²

Frise-se que as medidas adotadas em âmbito ordinário, enquanto regulamentadoras de disposições constitucionais, não parecem ter sido as mais apropriadas, tendo em vista a tributação no Brasil ser mais regressiva e concentrar-se sobre o consumo. Conseqüentemente, incide em maior grau sobre bens e serviços, independentemente da renda e do patrimônio dos contribuintes não corresponder a

¹⁰⁹ MURPHY, Liam; NAGEL, Thomas *apud* PISCITELLI, Tathiane *et al.* **Reforma Tributária e Desigualdade de Gênero**. São Paulo: FGV, 2020, p. 03. Disponível em: https://direitosp.fgv.br/sites/direitosp.fgv.br/files/arquivos/reforma_e_genero_-_final_1.pdf. Acesso em: 14 dez. 2021.

¹¹⁰ PISCITELLI, Tathiane *et al.* **Reforma Tributária e Desigualdade de Gênero**. São Paulo: FGV, 2020, p. 03. Disponível em: https://direitosp.fgv.br/sites/default/files/2021-09/reforma_e_genero_-_final_1.pdf. Acesso em: 14 dez. 2021.

¹¹¹ LUCCA, Lívia Maria; OLIVEIRA, Maria Clara de Neto Sales. PINK TAX NO BRASIL: Investigações preliminares. **Ética, Direito e Alteridade**. Belo Horizonte, v. 6, 2021, n. 11, p. 239. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/virtuajus/article/view/28010/19369>. Acesso em: 19 mar. 2021.

¹¹² *Ibidem, loc. cit.*

essa realidade, fazendo com que, na prática, quem ganhe menos seja mais onerado, em afronta aos princípios da capacidade contributiva e da isonomia.¹¹³

Os produtos femininos são sobretaxados no Brasil, quando avaliados em comparação com os avanços realizados em outros países. Enquanto se tem uma tradição histórico-social de embelezamento feminino, que não só encoraja, mas pressupõe um gasto maior para as mulheres com produtos cosméticos, tem-se, ao mesmo tempo, uma alta carga tributária para tais, com a justificativa de sua essencialidade.¹¹⁴

A tributação sobre o consumo tem grande influência para as mulheres, pois estas são grandes consumidoras devido às atividades domésticas e aos cuidados dos filhos e doentes, que somados à baixa remuneração feminina e às limitações no mercado de trabalho, aumentam o peso da carga tributária sobre elas, já que segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as mulheres dedicam quase o dobro de tempo em atividades domésticas e, quando inseridas no mercado de trabalho, continuam a exercer mais atividades de casa do que os homens.¹¹⁵

Tathiane Piscitelli, uma das coordenadoras do grupo de pesquisa sobre Tributação e Gênero, na Fundação Getúlio Vargas, apresentou propostas concretas de alteração legislativa acerca da tributação do consumo, notadamente as Propostas de Emenda Constitucional (PEC) nº 45/2019 e 110/2019, bem como o Projeto de Lei 3887/2020.

Para os absorventes higiênicos, trouxe que a carga tributária incidente sobre este é de 27,5%, conforme dados da Receita Federal, sendo 18% de Imposto sobre Circulação de Mercadoria e Serviços (ICMS), PIS (Programa de Integração Social) de 1,65% e COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social) de 7,60%. Sendo assim, um pacote de absorvente higiênico que custa R\$ 2,28, contém, aproximadamente, R\$ 0,62 de tributos. Neste caso, a tributação sobre os absorventes higiênicos e as medidas que vêm sendo tomadas no mundo visando à

¹¹³ CARVALHO, Beatriz Alves; FRANZÓI, Gabriela Cargnin. **Nem Blue, Nem Pink Tax – Breves perspectivas sobre tributação e desigualdade de gênero**. Women In Law Mentoring Brazil, 2021. Disponível em: <https://wlm.org.br/nem-blue-nem-pink-tax-breves-perspectivas-sobre-tributacao-e-desigualdade-genero/>. Acesso em: 27 mar. 2021.

¹¹⁴ NERIS, Brenda Borba dos Santos. Políticas fiscais e desigualdade de gênero: análise da tributação incidente nos absorventes femininos. **Revista Fides**. Natal, v. 11, 2020, n. 2, p. 744. Disponível em: <http://revistafides.ufrn.br/index.php/br/article/view/533/541>. Acesso em: 02 abr. 2022.

¹¹⁵ *Ibidem*, p. 747.

sua redução demonstram como a desigualdade de gênero encontra-se inserida na estrutura jurídica. Sendo o princípio da isonomia substancial elemento essencial a guiar o sistema tributário brasileiro, a autora requer que havendo a Reforma Tributária, haja a inclusão de absorventes higiênicos e assemelhados como itens de primeira necessidade para fins de tributação.¹¹⁶

Apesar de no Brasil o absorvente feminino se sujeitar a alíquota zero de Imposto sobre Produto Industrializado (IPI), os absorventes higiênicos têm se sujeitado a uma tributação de 25%, demonstrando total descaso do governo brasileiro com políticas fiscais e com os princípios constitucionais tributários de igualdade e seletividade. Entretanto, a alíquota zero determinada na Tabela do referido imposto (TIPI) não é definitiva, e pode ser alterada pelo Poder Executivo a qualquer momento, pois o princípio da legalidade não é aplicado para medidas administrativas.¹¹⁷

A Reforma Tributária, apresentada pelo Governo Federal por meio do Projeto de Lei 3887/2020, cria uma Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), em substituição ao Programa de Integração Social (PIS) e Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS). A referida contribuição mantém as isenções e desonerações aos produtos da cesta básica, contudo, elenca no Anexo I, os produtos que são considerados “itens de cesta básica”, como pasta dental, escova dental, papel higiênico, dentre outros. Ocorre que, não há referência ao absorvente.¹¹⁸

O Brasil é um país de pobreza menstrual, em que muitas meninas deixam de ir à escola, por não terem condições de comprar um pacote de absorvente e o referido produto é único e exclusivo feminino por uma questão biológica e, portanto, a mulher sempre esteve em uma posição de vulnerabilidade. A Constituição Federal, em seu artigo 6º assegura a saúde como direito social e, apesar de tal garantia

¹¹⁶ PISCITELLI, Tathiane *et al.* **Reforma Tributária e Desigualdade de Gênero**. São Paulo: FGV, 2020, p. 11-12. Disponível em: https://direitosp.fgv.br/sites/default/files/2021-09/reforma_e_genero_-_final_1.pdf. Acesso em: 14 dez. 2021.

¹¹⁷ NERIS, Brenda Borba dos Santos. Políticas fiscais e desigualdade de gênero: análise da tributação incidente nos absorventes femininos. **Revista Fides**. Natal, v. 11, 2020, p. 753. Disponível em: <http://revistafides.ufrn.br/index.php/br/article/view/533/541>. Acesso em: 02 abr. 2022.

¹¹⁸ *Ibidem*, p. 754-755.

constitucional, uma parte considerável das ações de combate à pobreza menstrual são de caráter particular.¹¹⁹

Destaca-se que um grande marco ocorreu, com a Lei 14.214/2021, determinando que as cestas básicas tivessem como item essencial o absorvente higiênico feminino e sua distribuição gratuita. Porém, o presidente Jair Bolsonaro havia vetado parcialmente o Projeto de Lei, o que caracteriza um retrocesso. Os motivos do veto em relação a distribuição gratuita foram a contrariedade ao interesse público, por não ter compatibilidade com a autonomia das redes e estabelecimentos de ensino e não indicar fonte de custeio ou medida compensatória.¹²⁰

Além disso, o artigo 6º, que determinava que as despesas com a execução das ações previstas na lei ocorreriam por conta das dotações orçamentárias disponibilizadas pelo Sistema Único de Saúde havia sido vetado, pois, para o Presidente, também caracterizaria contrariedade ao interesse público. Por fim, o motivo para o veto de cestas básicas foi que o Projeto de Lei introduziria uma questão de saúde pública, sendo que já há uma Lei que dispõe sobre segurança alimentar e nutricional, qual seja, a Lei 11.346/2006, que trata as definições, princípios, diretrizes, objetivos e composição do Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional.¹²¹

Diante do veto naquele momento, o Comitê Executivo de Gestão da Câmara de Comércio Exterior (Gecex/Camex) reduziu de 12% para 10% a alíquota do Imposto de Importação sobre o produto e sobre fraldas infantis. O Ministério da Economia afirmou que a medida possibilitaria a redução de custos de produção para a indústria e a queda do preço de compra do item para consumidores finais.¹²²

Mas, no dia 10 de março de 2022, o Congresso Nacional derrubou o referido veto. Este, foi derrubado por 64 votos a 1 no Senado Federal e por 425 votos a 25 na

¹¹⁹ ASSAD, Beatriz Flugel. Políticas públicas acerca da pobreza menstrual e sua contribuição para o combate à desigualdade de gênero. **Revista Antinomias**, Ponta Grossa, v. 2, 2021, n. 1, p. 147-148. Disponível em: <http://www.antinomias.periodikos.com.br/article/60e39095a9539505a0471774/pdf/antinomias-2-1-140.pdf>. Acesso em: 02 abr. 2022.

¹²⁰ AGÊNCIA SENADO. **Bolsonaro veta distribuição de absorventes a estudantes e pessoas pobres**. Senado, 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/10/07/bolsonaro-veta-distribuicao-de-absorventes-a-estudantes-e-mulheres-pobres>. Acesso em: 16 abr. 2022.

¹²¹ *Ibidem*.

¹²² AGÊNCIA ESTADO. **Após veto de Bolsonaro, tributo sobre absorvente é reduzido**. R7, 2021. Disponível em: <https://noticias.r7.com/brasil/apos-veto-de-bolsonaro-tributo-sobre-absorvente-e-reduzido-20112021>. Acesso em: 02 abr. 2022.

Câmara dos Deputados. Um dos dispositivos vetados e agora retomados na Lei é o que prevê a distribuição gratuita de absorventes higiênicos para estudantes de baixa renda e pessoas em situação de rua. Também, foi retomado o artigo 3º da referida Lei, que constava as beneficiárias, sendo as estudantes de baixa renda matriculadas em escolas da rede pública de ensino, mulheres em situação de rua ou em situação de vulnerabilidade social extrema, mulheres apreendidas e presidiárias, recolhidas em unidades do sistema penal e mulheres internadas em unidades para cumprimento de medida socioeducativa.¹²³

Segundo a Senadora Zenaide Maia, que foi relatora do Projeto no Senado, os parlamentares não podem se iludir com o decreto presidencial, porque o dispositivo não torna o combate à pobreza menstrual uma política de Estado. Somado a isso, ela apontou que o decreto diminui a quantidade de mulheres atendidas pela iniciativa.¹²⁴

Dessa forma, com modificações no sistema tributário e com políticas públicas, todas as mulheres brasileiras poderão ter acesso a este item básico de higiene, que é o absorvente feminino. Essas medidas ampliam a participação das meninas nas escolas e das mulheres no mercado de trabalho e, conseqüentemente, diminuem a desigualdade social implícita na tributação nacional.¹²⁵

Impende destacar as fraldas infantis e geriátricas, já que o trabalho de cuidado, seja nas profissões, mas, especialmente o doméstico, recai sobre as mulheres na maioria das vezes. Por isso, a isenção do IPI, PIS, COFINS e, eventualmente, CBS, sobre fraldas descartáveis, destinadas ao uso infantil ou adulto, auxiliará na correção de mais uma das distorções tributárias de gênero.¹²⁶

Por fim, seria interessante a concessão de isenção de PIS/COFINS e IPI aos métodos contraceptivos, pelo fato de que o acesso incondicional das mulheres a estes meios deve ser garantido como instrumento de uma política pública

¹²³ AGÊNCIA SENADO. **Derrubado o veto à distribuição de absorventes para mulheres de baixa renda.** Senado, 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/03/10/derrubado-o-veto-a-distribuicao-de-absorventes-para-mulheres-de-baixa-renda>. Acesso em: 16 abr. 2022.

¹²⁴ *Ibidem*.

¹²⁵ NERIS, Brenda Borba dos Santos. Políticas fiscais e desigualdade de gênero: análise da tributação incidente nos absorventes femininos. **Revista Fides**. Natal, v. 11, 2020, n. 2, p. 756. Disponível em: <http://revistafides.ufrn.br/index.php/br/article/view/533/541>. Acesso em: 02 abr. 2022.

¹²⁶ PISCITELLI, Tathiane *et al.* **Reforma Tributária e Desigualdade de Gênero**. São Paulo: FGV, 2020, p. 13-14. Disponível em: https://direitosp.fgv.br/sites/default/files/2021-09/reforma_e_genero_-_final_1.pdf. Acesso em: 14 dez. 2021.

comprometida com a promoção de igualdade de oportunidades de trabalho entre os gêneros. Isto posto, as mulheres não podem ter seus direitos, duramente conquistados, obstaculizados por dificuldades de acesso aos métodos anticoncepcionais.¹²⁷

No tocante à maquiagem, muitas mulheres são obrigadas a usar em ambiente de trabalho e possui um imposto altíssimo, não podendo a maquiagem ser considerada como um produto supérfluo, já que muito se exige de sua aparência no mercado de trabalho. Pode-se afirmar que este padrão de exigência rígido traz consequências, como será demonstrado no capítulo seguinte, em decisão judicial que a empregadora teve que restituir a reclamante com R\$ 300,00 mensais, referentes aos gastos com maquiagem, cabelos e unhas da empregada.

Diante do exposto, será abordado de forma profunda a tributação e o mercado de consumo sobre as mulheres, sendo demonstrado o porquê a mulher é mais onerada do que o homem e os objetivos da Constituição Federal, que estão sendo extremamente violados. Por último, será avaliado como a sociedade, bem como os entes federativos poderiam contribuir para que a desigualdade de gênero seja reduzida.

¹²⁷ PISCITELLI, Tathiane *et al.* **Reforma Tributária e Desigualdade de Gênero**. São Paulo: FGV, 2020, p. 14-16. Disponível em: https://direitosp.fgv.br/sites/default/files/2021-09/reforma_e_genero_-_final_1.pdf. Acesso em: 14 dez. 2021.

4 A TRIBUTAÇÃO E O MERCADO DE CONSUMO SOBRE AS MULHERES COMO FORMA DE ALAVANCAR A DESIGUALDADE DE GÊNERO NA SOCIEDADE BRASILEIRA SOB A PERSPECTIVA DO ARTIGO 3º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

Como foi visto em capítulos anteriores, a desigualdade de gênero é construída por uma herança cultural e social que coloca a mulher em uma posição de desvantagem em relação aos homens, como no trabalho, atividades domésticas, representação política e, até mesmo, nos preços de produtos e/ou serviços, que acabam sendo mais caros para a mulher, bem como a tributação, no caso de absorventes, a título exemplificativo.

Segundo Isabelle Rocha, advogada tributarista e professora de direito tributário, a própria linguagem reforça essa universalização do masculino. Em português, a neutralidade no plural utiliza o homem como padrão.

Não se diz “estamos todas cansadas”, quando tem um homem no meio. Não se redige um e-mail corporativo chamando “prezadas senhoras” se um dos destinatários é homem. Os defensores da norma culta da Língua Portuguesa entendem que não existe a palavra presidenta, por exemplo, mesmo que a ocupante do cargo seja uma mulher. Neste sentido, a professora não está criticando a norma culta da Língua Portuguesa, mas apenas provocando uma reflexão voltada justamente para o modo como a língua culta se estabeleceu, centrada no universalismo masculino.¹²⁸

Isto posto, a tributação e o mercado de consumo sobre as mulheres alavancam ainda mais essa desigualdade de gênero na sociedade brasileira. O artigo 3º da Constituição Federal dispõe que constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil: (i) construir uma sociedade livre, justa e solidária; (ii) garantir o desenvolvimento nacional; (iii) erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais; (iv) promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação. Logo,

¹²⁸ ROCHA, Isabelle. **Tributação e gênero: como o Imposto de Renda da Pessoa Física altera as desigualdades entre homens e mulheres**. Belo Horizonte: Editora Dialética, 2021, p. 41.

percebe-se que alguns objetivos não estão sendo respeitados, em especial, o último, que será abordado neste capítulo.¹²⁹

Deste modo, nas páginas que seguem, serão abordadas questões pertinentes, como o porquê de a mulher ser mais onerada do que o homem, dos objetivos da República Federativa do Brasil, previstos no artigo 3º da Constituição Federal, que não são cumpridos na prática e, por fim, o tema central deste trabalho, que é a desigualdade de gênero na tributação e no mercado de consumo, demonstrando também o papel da sociedade e do Estado para denunciar determinados abusos, como objetos rosa serem mais caros do que objetos azuis, mesmo possuindo a mesma marca e finalidade.

4.1 POR QUE A MULHER É MAIS ONERADA DO QUE O HOMEM?

Até os dias atuais, os homens consideram a mulher como aquela que “compra muito e não sabe controlar os seus gastos”. Acerca disso, é importante retomar a noção trabalhada no Capítulo 02, que é a existência de uma sociedade patriarcal. Segundo Judith Butler:

A noção binária de masculino/feminino, constitui não só a estrutura exclusiva em que essa especificidade pode ser reconhecida, mas de todo modo a “especificidade” do feminino é mais uma vez totalmente descontextualizada, analítica e politicamente separada da constituição de classe, raça, etnia e outros eixos de relações de poder, os quais tanto constituem a “identidade” como tornam equívoca a noção singular de identidade.¹³⁰

Também, como já trazido no Capítulo 03, *pink tax* é um movimento do mercado consumerista apoiado em técnicas de *marketing* e *design*, que torna os produtos desenvolvidos para as mulheres mais caros que para os homens, mesmo que se trate de produtos iguais. Há uma premissa histórico-cultural de associar-se os gastos

¹²⁹ Art. 3º Constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil: I - construir uma sociedade livre, justa e solidária; II - garantir o desenvolvimento nacional; III - erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais; IV - promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.

¹³⁰ BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, p. 21.

femininos com “futilidades” e percebe-se que a mulher não está mais disposta a pagar pelo mesmo produto.¹³¹

É importante trazer uma perspectiva de outro país, como os Estados Unidos, que foi ressaltado no subtópico 3.3.1.

De forma mais aprofundada, em pesquisa publicada pelo Consumer Affairs, realizada pelo DCA (Dollar-Cost Averaging), em 2015, na cidade de Nova Iorque, este trouxe dados surpreendentes. Em média, dentre as 5 indústrias, 24 lojas, 91 marcas, 35 categorias de produtos e 794 produtos, os produtos femininos custam 7% mais do que os produtos similares para homens. Especificamente, 7% a mais para brinquedos e acessórios, 4% a mais para roupas infantis, 8% a mais para roupas para adultos, 13% a mais para produtos de cuidados pessoais e 8% a mais para produtos de cuidado com a saúde.¹³²

Os produtos masculinos e femininos raramente são idênticos, dificultando comparações exatas. Mas, para minimizar as diferenças entre os itens masculinos e femininos, a Agência escolheu produtos com base naqueles que estavam mais próximos na construção, ingredientes, têxteis, aparência, descrição e/ou *marketing*.¹³³

A conclusão deste estudo foi que, ao longo da sua vida, uma consumidora enfrenta diferentes graus de marcação. Os produtos para bebês e para crianças tiveram as menores discrepâncias de preços, produtos de cuidados pessoais para adultos e roupas para adultos e idosos e as discrepâncias de preços estavam quase equivalentes. No entanto, isto é notável, visto que o estágio “adulto” da vida de um consumidor é mais longo do que qualquer outro. Além disso, a frequência com que adultos consomem produtos de higiene pessoal é maior do que qualquer outra categoria dos bens de consumo analisados no estudo.¹³⁴

O estudo concluiu também que no total, ao longo da vida de uma consumidora do sexo feminino, essas discrepâncias têm um impacto financeiro muito maior, já que,

¹³¹ MARIMPIETRI, Flávia. Pink Tax e o Direito das Consumidoras. **Revista Direito UNIFACS – Debate Virtual**, Salvador, 2017, n. 206, p. 1-2. Disponível em: <https://revistas.unifacs.br/index.php/redu/article/view/4971>. Acesso em: 20 maio 2022.

¹³² BLASIO, Bill; MENIN, Julie. **From Cadle to Cane: The Cost of Being a Female Consumer**. New York: New York City Department of Consumer Affairs, 2015, p. 5. Disponível em: <https://www1.nyc.gov/assets/dca/downloads/pdf/partners/Study-of-Gender-Pricing-in-NYC.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2022.

¹³³ *Ibidem*, p. 20.

¹³⁴ *Ibidem*, p. 40.

em média, os produtos de cuidados pessoais custam 13% a mais para mulheres do que para homens. O Dollar Cost-Averaging descobriu que as mulheres pagam em média, 7% a mais do que os homens em produtos similares. Essa diferença de preços nos produtos com base no gênero é em grande parte inevitável para as consumidoras, devido às ofertas de produtos disponíveis no mercado.¹³⁵

Os motivos apontados como possíveis causas para a *pink tax* demonstram a imprescindibilidade de analisar o fenômeno de forma aprofundada. Não é difícil perceber que as razões apresentadas se centram em questões de mercado. Poderia se considerar plenamente justificada a maior cobrança por produtos femininos, já que os impostos incidentes em relação a eles seriam mais altos, assim como os componentes seriam mais caros, inclusive aqueles para tornar as embalagens mais atraentes para as mulheres, e, por isso, haveria nesse tipo de prática um simples procedimento de mercado.¹³⁶

Mas, por que a mulher é mais onerada do que o homem?

Os normativos de gênero presentes nos produtos e serviços marcados com a *pink tax* partem da ficção de que as mulheres têm uma identidade comum universal. Para serem reconhecidas pela estrutura que apenas as percebe quando de acordo com uma moldura pré-determinada de atributos, as mulheres estariam mais propensas a adquirir produtos cor de rosa, pagar mais caro por cortes de cabelo e serviços de lavanderia. Há o enquadramento nos ideais tanto pelo ato da compra de um produto feminino “em si”, quanto pela função desse bem ou serviço quanto à estilização do corpo (depilar, se vestir bem etc.). No entanto, esses produtos e serviços custam mais a uma categoria que recebe salários menores do que os dos homens.¹³⁷

A *pink tax* é parte do problema político na medida em que contribui para que as mulheres sejam desenhadas, por meio da imposição de normativos de gênero nos produtos e serviços, e aprisionadas, em razão dos custos mais altos e salários mais

¹³⁵ BLASIO, Bill; MENIN, Julie. **From Cadle to Cane: The Cost of Being a Female Consumer**. New York: New York City Department of Consumer Affairs, 2015, p. 40. Disponível em: <https://www1.nyc.gov/assets/dca/downloads/pdf/partners/Study-of-Gender-Pricing-in-NYC.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2022.

¹³⁶ GERCHMANN, Suzana Rahde. **Além da etiqueta: análise da *pink tax* pela teoria de Judith Butler**. 2020, p. 46. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade Nova de Lisboa, Portugal. Orientadora: Profa. Dra. Soraya Nour Sckell. Disponível em: https://run.unl.pt/bitstream/10362/132400/1/Gerchmann_2020.pdf. Acesso em: 21 maio 2022.

¹³⁷ *Ibidem*, p. 60.

baixos quando em comparação aos produtos e rendimentos de homens, respectivamente, pelo próprio sistema que as deveria proteger.¹³⁸

A título exemplificativo, se uma mulher e um homem vão à uma loja de roupas, e ambos comprarem um tênis, uma calça jeans e uma camiseta, a conta do público feminino será maior. Destaca-se que isso não acontece apenas no Brasil, mas no mundo, sendo um fenômeno mercadológico.

Como na maioria das vezes as mulheres são responsáveis por cuidar do lar, não é certo que pague mais por determinados produtos.

A pesquisa conduzida pelo Professor Doutor Fábio Mariano, trazida no Capítulo 03 deste trabalho é de suma importância. Há uma análise sociológica na pesquisa, em que a partir da década de 1960, as empresas reforçaram os estudos e pesquisas sobre comportamento de consumo das mulheres, a fim de lançar uma gama de produtos específicos para o público feminino. Nesta época, foi fácil justificar o preço mais alto para as mulheres, porque era resultado de um investimento em pesquisa, bem como diferenciar o produto.¹³⁹

Ocorre que, atualmente, essas justificativas já estão ultrapassadas e não fazem mais sentido. Alguns preços mais altos para as mulheres permaneceram, como o corte de cabelo. Os profissionais de salão explicam que o corte feminino é mais elaborado, sofisticado e toma mais tempo do que o corte masculino. Porém, a cobrança deveria ser pelo tipo de corte ou tipo de tratamento, não podendo ser por gênero, como é feito hoje.¹⁴⁰

Segundo trechos do livro da consultora americana, Bridget Brennan, de título “Why She Buys” (tradução: Por que ela compra), publicado no The Wall Street Journal, as mulheres continuam responsáveis pelos cuidados com a comida, casa e crianças. Segundo a autora, à medida que as mulheres em todo o mundo continuam ingressando na força do trabalho, ganhando seus próprios salários, além de impulsionar os gastos de seus cônjuges, se tornaram as consumidoras alfa do planeta terra. Nesta senda, como resultado, executivos em quase todos os setores

¹³⁸ GERCHMANN, Suzana Rahde. **Além da etiqueta: análise da pink tax pela teoria de Judith Butler**. 2020, p. 61. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade Nova de Lisboa, Portugal. Orientadora: Profa. Dra. Soraya Nour Sckell. Disponível em: https://run.unl.pt/bitstream/10362/132400/1/Gerchmann_2020.pdf. Acesso em: 21 maio 2022.

¹³⁹ MARIANO, Fábio. **Taxa Rosa**. ESPM, 2018. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/wp-content/uploads/2018/07/TAXA-ROSA-GENERO-1.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2021.

¹⁴⁰ *Ibidem*, p. 9.

estão lutando para criar produtos e programas com apelo feminino, particularmente em produtos de gênero neutro e tradicionalmente “masculino”, a exemplo de eletrônicos, seguros, automóveis e finanças.¹⁴¹

Além disso, as mulheres não estavam em posições de poder quando o mundo corporativo moderno foi criado. Justamente por isso, Bridget Brennan percebeu que quanto mais sênior um executivo era, mais ele ou ela tomava decisões sobre clientes com base em informações de relatórios e pesquisa quantitativa, por exemplo. Porém, a maioria dos executivos eram do sexo masculino e separavam seus clientes pelo gênero. A autora concluiu que os executivos presumiam que, enquanto usaram mulheres em pesquisas de consumo ou colocavam mulheres em alguns cargos-chave de gestão, diferenças seriam levadas em consideração, principalmente pelo fato de eles não serem mulheres.¹⁴²

Neste sentido, as empresas ignoram a psicologia de gênero, mesmo sabendo que homens e mulheres olham para o mundo de forma diferente. Ou seja, eles esquecem do questionamento “E se estivermos vendendo o produto X para uma mulher em vez de um homem? Como mudar esta equação?”.¹⁴³

Dessa forma, as mulheres formam no mercado de consumo um grupo poderoso e fazê-la se sentir valorizada pode ser a melhor estratégia para os estabelecimentos.

4.2 DOS OBJETIVOS DO ARTIGO 3º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL NA PRÁTICA

A busca por uma equidade de direitos entre mulheres e homens é uma aspiração mundial e encontra-se materializada em iniciativas como a Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Contra a Mulher – CEDAW (1979), a Agenda 2, elaborada durante a Rio 92 (1992), a Quarta Conferência Mundial sobre a Mulher que originou a Plataforma de Ação de Pequim (1995), entre outras. O compromisso pela redução das desigualdades de gênero é, também, um dos objetivos do milênio, qual seja,

¹⁴¹ BRENNAN, Bridget. **Book Excerpt: ‘Why She Buys’**. The Wall Street Journal, 2009. Disponível em: <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052970204058504574264060796149146>. Acesso em: 21 maio 2022.

¹⁴² *Ibidem*.

¹⁴³ *Ibidem*.

promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres, além de ser tratado de forma transversal em todos os demais.¹⁴⁴

Segundo matéria do Instituto Brasileiro de Direito de Família (IBDFAM), a Presidente da Comissão Nacional de Gênero e Violência Doméstica do IBDFAM, trouxe que com a pandemia, as mulheres foram as mais oneradas com o aumento das demandas no espaço domiciliar, com a presença das crianças em casa, fechamento de escolas e creches. Com o trabalho em *home office*, isso dificultou nas tarefas de cuidado e criação dos filhos, bem como conciliar com as suas atividades telepresenciais. Além disso, nas palavras de Ana Carla Harmatiuk Matos, diretora nacional do IBDFAM, o heteropatriarcado não impõe ao homem um papel tão presente nas relações domésticas, o que sobrecarrega as mulheres.¹⁴⁵

Apesar de a Constituição Federal do Brasil garantir que um dos objetivos da sociedade brasileira é erradicar a discriminação pelo sexo (artigo 3º, inciso IV), bem como decretar que homens e mulheres têm direitos iguais, na prática não é assim.¹⁴⁶

O que há em comum em todas as políticas públicas é o processo político de escolha de prioridades para o governo, tanto em termos de finalidades como em termos de procedimentos, que já vem condicionado pelos objetivos constitucionais postos ao Estado Democrático de Direito. A formulação e execução das políticas públicas vêm não apenas sujeitas ao controle de sua regularidade formal, como também de sua destinação adequada ao cumprimento dos fins do Estado. Para se implementar efetivamente o desenvolvimento consagrado no programa constitucional, é preciso que tenhamos mecanismos aptos ao controle (judicial) de políticas públicas.¹⁴⁷

Nesta senda, segundo Lênio Luiz Steck e José Luiz Bolzan de Moraes:

¹⁴⁴ KHAN, Ahmad Saeed; LIMA, Patrícia Verônica Pinheiro Sales; ROCHA, Leonardo Andrade; SOUSA, Marina Rocha de. Distribuição espacial da desigualdade de gênero no Brasil. **Revista Internacional Interdisciplinar**, Florianópolis, v. 12, 2015, n. 1, p. 292. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5156828>. Acesso em: 08 maio 2022.

¹⁴⁵ IBDFAM. **Igualdade de gênero se torna um ideal ainda mais distante devido à pandemia**. IBDFAM, 2021. Disponível em: <https://ibdfam.org.br/noticias/8348/Igualdade+de+g%C3%AAnero+se+torna+um+ideal+ainda+mais+distante+devido+%C3%A0+pandemia>. Acesso em: 14 maio 2022.

¹⁴⁶ MARIMPIETRI, Flávia. Pink Tax e o Direito das Consumidoras. **Revista Direito UNIFACS – Debate Virtual**, Salvador, 2017, n. 206, p. 1. Disponível em: <https://revistas.unifacs.br/index.php/redu/article/view/4971>. Acesso em: 20 maio 2022.

¹⁴⁷ MORAIS, José Luis Bolzan de; STRECK, Lênio Luiz. Art. 3º Constituem Objetivos Fundamentais da República Federativa do Brasil. *In*: CANOTILHO, J.J Gomes *et al.* **Comentários à Constituição do Brasil**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2018, p. 333.

Os objetivos constitucionais fundamentais, como o art. 3º da Constituição de 1988, são a expressão das opções ideológicas essenciais sobre as finalidades sociais e econômicas do Estado, cuja realização é obrigatória para os órgãos e agentes estatais e para a sociedade ou, ao menos, os detentores de poder econômico ou social fora da esfera estatal. Constitui o art. 3º da Constituição de 1988 um verdadeiro programa de ação e de legislação, devendo todas as atividades do Estado brasileiro (inclusive as políticas públicas, medidas legislativas e decisões judiciais) se conformar formal e materialmente ao programa inscrito no texto constitucional. As políticas públicas podem ser controladas, assim, não apenas em seus aspectos de legalidade formal, mas também no tocante à sua adequação ao conteúdo e aos fins da Constituição, que são, entre outros, fundamentalmente, os fixados no art. 3º.¹⁴⁸

Portanto, há que se ter presente que os objetivos constantes no art. 3º não são conceitos desvinculados da contemporaneidade que cerca a noção de Estado Nacional; na verdade, o artigo 3º da Constituição do Brasil conecta-se com a própria noção de Estado Democrático de Direito constante do art. 1º.¹⁴⁹

A Constituição impõe ao art. 3º da Constituição do Brasil como estabelecedor dos parâmetros constitucionais para a verificação da compatibilidade da atividade estatal em face dos desígnios teleológicos que define. Mais do que procedimentos, a Constituição instituidora do Estado Democrático de Direito apresenta, a partir de uma revolução copernicana do direito constitucional, a determinação da realização substantiva dos direitos sociais, de cidadania e aqueles relacionados diretamente à terceira dimensão de direitos. Para tanto, o Direito assume uma nova feição: a de transformação das estruturas da sociedade.¹⁵⁰

Frise-se que o Estado não deve estar preocupado apenas com a resolução de conflitos, mas, sobretudo, com a concretização das normas constitucionais que tratam dos objetivos da República e não é isso que faz ao ser observada tanto a desigualdade de gênero.

O artigo 3º da Constituição Federal se conecta muito com o artigo 5º, inciso I, que trata da igualdade entre homens e mulheres. Por mais que já esteja contemplada em todas as normas constitucionais que vedam a discriminação pelo sexo (artigo 3º, IV e 7º, XXX), o constituinte decidiu destacar um inciso específico que homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações. Essa regra resume décadas de luta

¹⁴⁸ MORAIS, José Luis Bolzan de; STRECK, Lênio Luiz. Art. 3º Constituem Objetivos Fundamentais da República Federativa do Brasil. *In*: CANOTILHO, J.J Gomes *et al.* **Comentários à Constituição do Brasil**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2018, p. 334.

¹⁴⁹ *Ibidem*, *loc. cit.*

¹⁵⁰ *Ibidem*, p. 335.

das mulheres contra discriminações e mais relevante ainda é que não se trata de mera isonomia formal, pois essa igualdade é em direitos e obrigações. Conclui-se que, onde houver um homem e uma mulher, qualquer tratamento desigual entre eles, a propósito de situações pertinentes a ambos os sexos, constituirá uma infringência constitucional.¹⁵¹

A igualdade não é apenas no confronto marido e mulher. Não se trata apenas da igualdade no lar e na família, tendo em vista que essa situação também recebeu formulação específica no artigo 225, §5º da Constituição Federal, ao dispor que os direitos e deveres referentes à sociedade conjugal são exercidos igualmente por homens e mulheres, já que antes, os dispositivos da legislação antiga, outorgava a primazia ao homem.¹⁵²

Está dentre os objetivos da República Federativa do Brasil a construção de uma sociedade, livre, justa e igualitária. Essa construção deve se dar pela tributação, pois os tributos são essenciais para a manutenção do Estado. O sistema deve ser justo, visando a redução das desigualdades e não o aumento delas.

A aposta radical das vertentes mais avançadas do feminismo é na desestabilização de qualquer relação fixa entre o sexo biológico e os comportamentos, preferências e papéis sociais. A diferença que se associa à igualdade é aquela que permite a livre expressão das individualidades, não a que aprisiona indivíduos e grupos em posições estereotipadas.¹⁵³

Notadamente, uma decisão muito importante foi a que o Tribunal de Justiça de São Paulo determinou a inclusão de homens transsexuais em programa de distribuição de absorventes da Prefeitura de São Paulo, sendo um grande marco, demonstrando de forma clara o princípio da igualdade.¹⁵⁴

Entre o reconhecimento das diferenças, das hierarquias internas ao grupo de mulheres e a identificação de um núcleo de vivências comuns, a partir do qual se

¹⁵¹ SILVA, José Afonso. **Curso de direito constitucional positivo**. 25. ed. São Paulo: Malheiros, 2005, p. 217.

¹⁵² *Ibidem*, loc. cit.

¹⁵³ BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Feminismo e política: uma introdução**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2014, p. 76-77.

¹⁵⁴ TV GLOBO. **Justiça determina a inclusão de homens trans em programa de distribuição de absorventes da Prefeitura de SP**. G1, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/05/12/justica-determina-a-inclusao-de-homens-trans-em-programa-de-distribuicao-de-absorventes-da-prefeitura-de-sp.ghtml>. Acesso em: 22 maio 2022.

definiria uma voz unificada, o feminismo mantém uma rica discussão interna, já que a teoria feminista tem levantado perguntas difíceis de responder e contribuído para que a sociedade tenha um olhar mais apurado sobre a realidade social.¹⁵⁵

As mulheres que não agem naturalmente como meigas, sorridentes e cuidadosas são repreendidas e ensinadas desde a infância, para que se amoldem ao padrão feminino que lhes é esperado. Aquelas que não são bem-sucedidas nessa empreitada ou resistem a ela, são taxadas de masculinas, como se não fosse permitido uma mulher não sorrir em qualquer circunstância, não ser hábil na cozinha ou não desejar ser mãe.¹⁵⁶

Ademais, essa exigência da sociedade não parece estar de acordo com os objetivos da República Federativa do Brasil.

Com a finalidade de alavancar ainda mais esta discussão, por outro lado, a desatenção é naturalizada aos homens, sempre distraídos demais com seus afazeres para terem iniciativa com o trabalho doméstico e do cuidado. Isabelle Rocha traz em seu livro a história de uma amiga que é juíza, esposa e mãe e, seu companheiro é um adulto funcional, que exerce todos os papéis de morador da casa e pai, além de também possuir sua profissão. Ambos estavam em regime de *home office* durante a pandemia e há alguns meses relatou à autora uma frustração profissional, visto que não conseguia manter o ritmo de audiências que seus colegas e, por isso, estava se sentindo improdutiva em comparação com outros juízes.¹⁵⁷

Logo, quando se debruçaram melhor sobre os números dos colegas, identificaram que a maioria dos que mantinham uma alta produtividade eram homens. No momento em que sua colega questionou aos juízes como eles estavam conseguindo, diziam “É simples! Eu me tranco em meu quarto e só saio de lá depois de terminar todas as audiências marcadas” e ainda completavam que a esposa cuidava dos filhos para que ele pudesse seguir julgando os processos com a mesma

¹⁵⁵ BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Feminismo e política: uma introdução**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2014, p. 92.

¹⁵⁶ ROCHA, Isabelle. **Tributação e gênero: como o Imposto de Renda da Pessoa Física altera as desigualdades entre homens e mulheres**. Belo Horizonte: Editora Dialética, 2021, p. 75.

¹⁵⁷ *Ibidem*, p. 75-76

velocidade. Não apenas isso, a esposa ainda estava em regime de *home office*, restando claro que havia tarefas que só a mulher fazia.¹⁵⁸

Angela Davis, professora e filósofa, traz que quando feministas do século XIX apresentaram a reivindicação pela “maternidade voluntária”, nasceu a campanha pelo controle de natalidade. O controle de natalidade, que é uma escolha individual, com métodos contraceptivos seguros, é um pré-requisito fundamental para a emancipação das mulheres. O direito ao controle de natalidade é um pré-requisito fundamental para a emancipação das mulheres de todas as classes e raças.¹⁵⁹

Não foi coincidência o fato de que a consciência das mulheres sobre seus direitos reprodutivos tenha nascido no interior do movimento organizado em defesa da igualdade política das mulheres. Se o público feminino permanecesse para sempre sobrecarregado por incessantes partos e frequentes abortos espontâneos, dificilmente conseguiriam exercitar os direitos políticos que poderiam vir a conquistar.¹⁶⁰

Além disso, os novos sonhos das mulheres de seguir uma carreira profissional e outros caminhos de autodesenvolvimento fora do casamento e da maternidade só poderiam ser realizados se elas conseguissem limitar e planejar suas gestações. Nesse sentido, o slogan da “maternidade voluntária” continha uma visão nova e autenticamente progressista da condição da mulher.¹⁶¹

Saliente-se que a Oxfam, em 2019, realizou uma pesquisa e constatou que se todo trabalho não remunerado feito por mulheres no mundo, caso fosse remunerado, teria um faturamento anual de mais de R\$ 10.000.000.000.000 (dez trilhões de dólares). O estudo apontou que em relação ao Brasil, 90% do trabalho de cuidado no país é realizado, informalmente, pelas famílias e, desses 90%, quase 85% é feito por mulheres.¹⁶²

¹⁵⁸ ROCHA, Isabelle. **Tributação e gênero: como o Imposto de Renda da Pessoa Física altera as desigualdades entre homens e mulheres**. Belo Horizonte: Editora Dialética, 2021, p. 75-76.

¹⁵⁹ DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe**. São Paulo: Editora Boitempo, 2016, p. 197.

¹⁶⁰ *Ibidem*, p. 201.

¹⁶¹ *Ibidem*, *loc. cit.*

¹⁶² ANDES. **Trabalho não remunerado realizado por mulheres representa US\$ 10,8 tri por ano no mundo**. ANDES, 2020. Disponível em: <https://www.andes.org.br/conteudos/noticia/trabalho-nao-remunerado-realizado-por-mulheres-representa-uS-10-8-tri-por-ano-no-mundo1>. Acesso em: 21 maio 2022.

Indubitavelmente, com base em todas as informações expostas, os objetivos da República Federativa do Brasil não estão sendo cumpridos na prática, em sua grande maioria, principalmente os incisos I e IV que versam, respectivamente, sobre construir uma sociedade livre, justa e solidária e promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.

Superado este ponto, no tópico seguinte será retratada a desigualdade de gênero na tributação e no mercado de consumo.

4.3 A DESIGUALDADE DE GÊNERO NA TRIBUTAÇÃO E NO MERCADO DE CONSUMO

Historicamente, segundo Flávia Biroli, as desigualdades entre mulheres e homens, assim como de classe, raça e sexualidade, foram subsumidas nas abordagens dos direitos, da liberdade e da autonomia, sem que fossem problematizadas. Porém, as teorias feministas da política permitem incorporar a dimensão da experiência e pôr no centro das discussões a produção cotidiana das desigualdades, da dominação e das resistências. Destaca-se que suas contribuições são inegáveis, mas há muito ainda para avançar, a fim de que sejam incorporadas aos debates “gerais” sobre democracia, dentro e fora da academia.¹⁶³

Muitas mulheres da academia estão sobrecarregadas de serviço, sobrecarregadas em casa, mal pagas, mal citadas e em posições iniciais ou adjuntas. Não há nenhuma razão para pensar que as mulheres não apreciariam tanto quanto os homens o *status*, o poder, o reconhecimento e o senso de realização profissional que advêm da ocupação de prestígios na academia. Esses problemas levantam a questão de se, em um mundo com maior igualdade de gênero, inclusive em casa e no local de trabalho, a opção preferida por homens e mulheres não poderia ser uma

¹⁶³ BIROLI, Flávia. **Gênero e desigualdades: os limites da democracia no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2018, p. 212.

vida mais equilibrada para todos, se isso não tivesse de vir à custa de ocupar o *status* de segunda classe na vida profissional.¹⁶⁴

Faz-se necessário vislumbrar decisão judicial do processo número 0011621-10.2017.5.03.0092 em que o Juízo da 1ª Vara do Trabalho de Pedro Leopoldo, em Minas Gerais, condenou a empregadora, ora Reclamada, (Gol Linhas Aéreas S.A – companhia aérea) a restituir à agente de aeroporto, ora Reclamante (Michelle Franco Pinheiro – funcionária), a quantia de R\$ 300,00 (trezentos reais) mensais, referentes aos gastos com maquiagem, unhas e cabelos, a título de danos materiais, conforme dispositivo de sentença abaixo:

G - CONDENAR a reclamada a pagar, em favor da reclamante, no prazo legal e conforme se apurar em liquidação de sentença por simples cálculos, observados os parâmetros traçados na fundamentação, que integram o presente decism, as seguintes parcelas, atualizadas e acrescidas de juros de mora até a data do efetivo pagamento:

[...]

i) indenização por danos materiais no importe de R\$ 300,00 mensais, referente aos gastos com maquiagem, unha e cabelos.¹⁶⁵

A Reclamante propôs ação judicial em face Gol Linhas Aéreas S.A, afirmando que foi admitida em 16 de fevereiro de 2009 e dispensada de forma imotivada em 12 de abril de 2016, mediante aviso prévio indenizado, que projetou o término efetivo do contrato de trabalho em 02 de junho de 2016 e, dentre os diversos pleitos, como o pagamento de horas extras e diferenças de horas extras laboradas e não pagas, diferenças de adicional noturno, pleiteou pela indenização de danos materiais pelos gastos com maquiagem, unha e cabelos no importe de R\$ 400,00 (quatrocentos reais).

¹⁶⁴ BÚRCA, Gráinne de; HAILBRONNER, Michaela; RUDOLPHY, Marcela Prieto. Gênero nas publicações acadêmicas. Tradução: CRUZ, Gabriel Dias Marques da *et al.* **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 18, 2022, n. 1, p. 6. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/revdireitogv/article/view/85702/80825>. Acesso em: 04 jun. 2022.

¹⁶⁵ MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais. Ação Trabalhista Rito Ordinário nº 0011621-10.2017.5.03.0092. 1ª Vara do Trabalho de Pedro Leopoldo. Juíza: Jessica Grazielle Andrade Martins. Julgado em 25 jun. 2019. Disponível em: <https://pje-consulta.trt3.jus.br/consultaprocessual/detalhe-processo/0011621-10.2017.5.03.0092/2#11a22f1>. Acesso em: 08 maio 2022.

Acerca deste último, a Reclamante trouxe que, por imposição da Reclamada, esta exigia uma rigorosa padronização na apresentação da equipe profissional que a representava e despendia valores habituais com unhas, cabelos, maquiagem, meia-calça, sobrancelhas, brincos, entre outros, argumentando ainda que a empresa determinava, até mesmo, a cor que deveriam ser pintadas as unhas, bem como o tom de maquiagem que deveria ser usada.

Ocorre que, a Reclamada negou a exigência de que suas colaboradoras trabalhassem maquiadas, garantindo, ainda, que elas deveriam apenas zelar pela boa aparência e higiene no trato pessoal, como em toda e qualquer empresa e até mesmo na vida pessoal. A autora, em depoimento pessoal, declarou que:

(...) Lá tem padronização para maquiagem e cabelo; as mulheres tinham que estar com cabelo impecável e se fosse comprido sempre preso; a maquiagem básica exigida era cores mais sóbrias, unha e sobrancelha devia estar sempre impecável; já viu pessoas voltando para casa ou indo ao banheiro para deixar a maquiagem adequada ou até mesmo tirar o esmalte; havia punição por não estar impecável; já foi advertida verbalmente por não ter unha feita; fora da empresa usa maquiagem.

Frise-se que a testemunha Leila Rodrigues Marques, ouvida no feito número 0011308-58.2015.5.03.0144 e cujo depoimento foi considerado neste feito como prova emprestada a pedido da autora, confirmou o que a Reclamante dizia, pois havia um padrão de vestimenta, maquiagem e penteado, orientação quanto ao tamanho das unhas, cor e tamanho dos brincos, gerando um gasto para a depoente de cerca de R\$ 300,00 (trezentos reais) por mês.

Assim, a Juíza de Trabalho Substituta, Jessica Grazielle Andrade Martins, entendeu que diante do conjunto probatório, em especial a prova oral emprestada, restou provada a exigência da empresa quanto a um certo padrão de maquiagem, unhas e cabelo, sendo que as despesas para tal padrão, embora suportadas pela empregada, convertiam-se em favor do empreendimento da Ré.

Entretanto, a empregadora recorreu da decisão, interpondo Recurso Ordinário, que foi recebido no dia 25 de março de 2021 pela Juíza Titular da Vara do Trabalho, Maria Irene Silva de Castro Coelho. A Reclamada se insurgiu, dentre outros pontos, acerca da condenação ao pagamento de R\$ 300,00 mensais, no tocante a despesas

realizadas com maquiagem e preparação de unhas e cabelos para manutenção da aparência exigida das empregadas que ocupavam o cargo da autora.

O acórdão foi juntado no dia 04 de maio de 2021 e, por mais que tenha sido procedente em relação a outras questões, como natureza salarial e horas extras, o Tribunal Regional do Trabalho da 3ª Região, ao proferir o voto condutor, no julgamento do recurso, o desembargador Paulo Chaves Corrêa Filho, relator, deu razão à empregada neste ponto. Foi constatado que, de fato, a empresa exigia um padrão de aparência rígido, exigindo maquiagem, além de os cabelos das mulheres estarem sempre limpos, hidratados e com aparência saudável. Segundo o relator do caso:

Trata-se de exigências muito superiores às esperadas até mesmo em ambientes de trabalho formais, sendo certo que a escolha da empresa por estabelecer tal padrão de apresentação deve vir com o ônus de arcar com as despesas daí decorrentes, na medida em que os parâmetros de aparência adotados pela empregada deixam de ser uma escolha pessoal e passam a resultar da simples necessidade de atender às exigências da empregadora, que superam em muito aqueles que, presumidamente, ela optaria por utilizar em outros locais de trabalho. Deve, pois, ser mantida a condenação, valendo observar que a ré não impugnou o valor arbitrado na sentença.¹⁶⁶

A decisão foi correta, visto que a companhia aérea exigia um padrão de aparência rígido, com especificação detalhada de maquiagem, batons e esmaltes a serem utilizados e os cabelos das mulheres tinham que estar sempre hidratados e escovados.

Inconformada, a Recorrente interpôs recurso de revista, mas não foi admitido, em 14 de julho de 2021. Mas, pelo fato de não ser admitido, juntou aos autos Agravo de Instrumento em Recurso de Revista, que foi remetido para o Tribunal Superior do Trabalho em 23 de agosto de 2021 e ainda não foi julgado.

Porém, a tendência é que esta decisão seja mantida, visto que não pode ser um custo do empregado arcar com despesas as quais a empregadora exige.

¹⁶⁶ MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais. Recurso Ordinário Constitucional nº 0011621-10.2017.5.03.0092. Tribunal Regional do Trabalho da 3ª Região. Relator: Paulo Chaves Corrêa Filho. Julgado em 04 maio 2021. Disponível em: <https://pje-consulta.trt3.jus.br/consultaprocessual/detalhe-processo/0011621-10.2017.5.03.0092/2#11a22f1>. Acesso em: 25 jan. 2021.

Isto posto, essa questão do gênero na sociedade tem perspectivas binárias marcadas por estereótipos. Assim, ao tratar a questão de gênero no sistema tributário, considera-se o conceito de “homem” e “mulher” a partir da perspectiva de gênero, ou seja, parte-se do pressuposto que as relações intersubjetivas são o que contribuem para a formação de uma identidade individual do sujeito e para a produção normativa que deve reconhecê-lo com tal.¹⁶⁷

Em suma, as mulheres encontram no consumo, e de forma mais específica, no uso de produtos de beleza, uma forma de se diferenciar e conseguir uma legitimação da sua feminilidade.¹⁶⁸ Ora, como pode algo que é rosa custar mais? Toda essa questão repercute sobre algo que ocorreu há anos, em que a mulher não tinha uma posição de autoridade.

Segundo Janet Gale Stotsky, economista norte-americana, o viés de gênero pode ser explícito e implícito. As formas explícitas são disposições legais específicas que tratam homens e mulheres de maneira diferenciada, ou seja, são relativamente fáceis de identificar, pois dependem em grande parte da linguagem usada no código tributário ou nas regulamentações dos impostos. Um exemplo é a regra de envio de declaração conjunta de Imposto de Renda de Pessoa Física, que vigorava até meados de 1970 e, normalmente, quem enviava essa declaração era o homem.¹⁶⁹

Já as formas implícitas do viés de gênero são disposições legais que, em razão de esquemas sociais e comportamentos econômicos típicos, tendem a ter implicações diferentes para os homens e as mulheres.¹⁷⁰

Um exemplo deste viés é a tributação do Brasil que é altamente regressiva concentrada no consumo. A lei não diz que a mulher pagará mais imposto, mas a forma como a tributação impacta a sociedade, sendo ela mais concentrada sobre o consumo, afetarà as pessoas que estão nas camadas mais pobres da população, já

¹⁶⁷ FERNANDES, Sabrina da Silva. DIÁLOGOS ENTRE DIREITO E GÊNERO: a essencialidade tributária e o uso de bens de higiene pessoal e cuidado na formação da identidade da mulher. **Revista VirtuaJus**, Belo Horizonte, v.6, 2021, p. 165-166. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/virtuajus/article/view/27085/18617>. Acesso em: 14 maio 2022.

¹⁶⁸ *Ibidem*, p. 167.

¹⁶⁹ STOTSKY, Janet Gale. Como os sistemas tributários tratam diferentemente homens e mulheres. **Revista Finanças & Desenvolvimento**, São Paulo, v. 17, 1997, n. 1, p. 28-29. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/fdesenvolvimento/article/view/63861>. Acesso em: 19 maio 2022.

¹⁷⁰ *Ibidem*, loc. cit.

que consomem toda a sua renda, enquanto as pessoas mais ricas conseguem ter renda para poupar e investir.

Assim, embora nenhuma discriminação explícita de gênero seja identificada, quando consideramos o contexto social no qual ela se insere, pode-se verificar o viés de gênero implícito. Esse viés traz consequências tanto de ordem econômica como simbólica, visto que pode onerar mais as mulheres, além de reforçar a divisão sexual e racial do trabalho.¹⁷¹

A tributação afeta mais as pessoas mais pobres. Então, indiretamente, de maneira implícita na legislação, essa legislação provoca uma desigualdade de gênero.

A Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) que tramitou no Supremo Tribunal, a 5422, ajuizada pelo Instituto Brasileiro de Direito de Família, buscou a declaração de inconstitucionalidade da incidência do Imposto de Renda sobre a pensão alimentícia por parte de quem recebe essa pensão. Fato é que, a maioria das pessoas que pagam pensão por ordem ou homologação judicial são homens e quem recebe são os filhos, cuja pensão é administrada pela mãe. O objeto da referida ADI foi o artigo 3º, §1º, da Lei nº 7.713/1988 e artigos 5º e 54 do Decreto 3.000/99 (atual Decreto 9.580/2018), que assim dispõe:

Lei 7.713/1988:

Art. 3º O imposto incidirá sobre o rendimento bruto, sem qualquer dedução, ressalvado o disposto nos arts. 9º a 14 desta Lei. (Vide Lei 8.023, de 12.4.90)

§ 1º Constituem rendimento bruto todo o produto do capital, do trabalho ou da combinação de ambos, os alimentos e pensões percebidos em dinheiro, e ainda os proventos de qualquer natureza, assim também entendidos os acréscimos patrimoniais não correspondentes aos rendimentos declarados”

(...)

Decreto nº 3.000/1999:

Art. 5º No caso de rendimentos percebidos em dinheiro a título de alimentos ou pensões em cumprimento de acordo homologado judicialmente ou decisão judicial, inclusive alimentos provisionais ou provisórios, verificando-se a incapacidade civil do alimentado, a tributação far-se-á em seu nome pelo tutor, curador ou responsável por sua guarda.

¹⁷¹ REZENDE, Mirela Faleiros. **GÊNERO, FINANÇAS PÚBLICAS E DIREITOS HUMANOS: o inventário das ausências**. 2019, p. 87. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Goiás – UFG, Goiânia. Orientador: Prof. Dr. Francisco Mata Machado Tavares. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/tede/bitstream/tede/10494/5/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20-%20Mirela%20Faleiros%20Rezende%20-%202019.pdf#page86>. Acesso em: 19 maio 2022.

Art. 54. São tributáveis os valores percebidos, em dinheiro, a título de alimentos ou pensões, em cumprimento de decisão judicial ou acordo homologado judicialmente, inclusive a prestação de alimentos provisionais.

A lei diz que a pessoa que paga pensão alimentícia por ordem judicial ou homologação de acordo judicial pode deduzir integralmente aquela despesa da base de cálculo do seu Imposto de Renda. Assim, se um pai for determinado a pagar R\$ 1.500,00 de pensão, ganhando R\$ 7.000,00, pagará Imposto de Renda sobre R\$ 5.500,00, pois deduzirá o dinheiro da pensão. Já quem recebe a pensão, o filho(a), cuja renda será administrada pela mãe, será tributada como renda. Este é outro viés implícito na tributação sobre a renda, afetando as rendas mais altas, como classe média.

Cabe destacar o voto do relator, Ministro Dias Toffoli, em que dispôs que tanto a jurisprudência da Corte quanto a doutrina especializada, quando tratam do artigo 153, III, da Constituição Federal, em que se prevê a competência da União para instituir o tributo, preceituam estar sua materialidade necessariamente conectada com a existência de acréscimo patrimonial, aspecto presente nas ideias de renda e proventos de qualquer natureza. Nesta senda, o imposto de renda só pode incidir uma mesma vez sobre a mesma realidade, sob pena de ocorrência do *bis in idem*.¹⁷²

O Ministro entendeu pela inconstitucionalidade material da legislação, ou seja, alimentos ou pensão alimentícia oriundas do direito de família não são renda nem provento de qualquer natureza do credor dos alimentos, mas simplesmente montantes retirados dos rendimentos (acréscimos patrimoniais) recebidos pelos alimentantes para serem dados ao alimentado. Para o último, o recebimento de valores a título de alimentos ou de pensão alimentícia representa tão somente uma entrada de valores e trouxe um exemplo:

A inconstitucionalidade da tributação ora analisada fica ainda mais patente quando se compara, por exemplo, (i) a situação de um casal com um filho comum, sendo o provedor da família apenas um dos cônjuges, com (ii) aquela existente depois da separação do casal, ocasião em que são fixados alimentos a serem pagos pelo mantenedor ao filho e ao consorte separado,

¹⁷² BRASIL. Supremo Tribunal Federal. ADI 5422 – Proc. 9032329-95.2015.1.00.0000. Requerente: Instituto Brasileiro de Direito de Família – IBDFAM. Requerido: Presidente da República. Relator: Min. Dias Toffoli. Brasília, Minuta de Voto 12 mar. 2021. Disponível em: <https://ibdfam.org.br/assets/img/upload/files/toffoli.pdf>. Acesso em: 21 maio 2022.

que passaram a morar em outra casa. Na primeira situação, são tidos como dependentes do provedor, para efeitos de sua declaração de imposto de renda, o cônjuge e o filho comum, em razão de esses necessitarem financeiramente daquele. Na segunda, embora o consorte separado e o descendente do casal não possam ser considerados daquele modo na declaração de imposto de renda do mantenedor, ambos continuam a dele depender financeiramente. Afinal, com a separação, o que muda é a forma por meio da qual esse último passa a suprir as necessidades daqueles dois sujeitos: isso passa a ser feito por meio do adimplemento da obrigação de pagar alimentos. Note-se, assim, que não há, por força da pensão alimentícia, nova riqueza dada aos alimentados.¹⁷³

Deste modo, o Ministro afastou a alegação de que não se poderia conhecer da ADI em relação à impugnação dos artigos 5º e 54 do Decreto nº 3.000/99, que correspondem aos artigos 4º e 46 do Anexo do Decreto nº 9.580/18. Esses dispositivos possuem relação de dependência com o artigo 3º, § 1º, da Lei nº 7.713/88 e com os artigos. 3º, § 1º, e 4º do Decreto-lei nº 1.301/73. Dessa forma, reconhecendo-se a inconstitucionalidade desses dispositivos, declarou a inconstitucionalidade, por arrastamento, das normas do decreto regulamentador.

A pensão alimentícia acaba onerando a mulher. Na forma como são as relações sociais, acaba predominantemente, na maioria das vezes, sendo o ex-cônjuge feminino que fica com a guarda dos filhos menores. Mesmo quando há guarda compartilhada (que vêm crescendo no direito de família), os homens ainda ganham mais do que as mulheres. Estas, muitas vezes, abdicam de exercer atividades remuneradas.

Por mais que hoje tenham mulheres em posições de destaque, grandes empreendedoras, ainda não é a maioria. A maior parte dos CEO's (diretores executivos) ainda são homens, tendo em vista um padrão cultural que precisa ser mudado, mas hoje é a realidade. Logo, o homem, por ter uma renda maior, fica responsável por pagar pensão alimentícia aos filhos. A ex-cônjuge que ficou responsável pela guarda dos filhos, deve declarar os valores no imposto sobre a renda.

Assim, muitas vezes uma mulher que não teria imposto a pagar, acerca da pensão alimentícia, pagará o imposto de renda. Esses valores, sendo tributados, acabam onerando esta mulher e diminuindo a função daquela pensão alimentícia. Uma

¹⁷³ BRASIL. Supremo Tribunal Federal. ADI 5422 – Proc. 9032329-95.2015.1.00.0000. Requerente: Instituto Brasileiro de Direito de Família – IBDFAM. Requerido: Presidente da República. Relator: Min. Dias Toffoli. Brasília, Minuta de Voto 12 mar. 2021. Disponível em: <https://ibdfam.org.br/assets/img/upload/files/toffoli.pdf>. Acesso em: 21 maio 2022.

pessoa que recebe R\$ 3.000,00 de pensão, por exemplo, arca com as despesas de moradia e alimentação do menor. Mas, na medida em que esse dinheiro é tributado, passa a ser menor, caracterizando uma oneração para o público feminino.

Caso seja um homem que recebe pensão alimentícia, ela também não deve ser tributada pela própria natureza da pensão alimentícia. Porém, fato é que, a realidade é esta pensão ser recebida por mulheres ou filhos menores que estão sob guarda dessa mulher.

Os Ministros mencionaram a natureza da pensão alimentícia e o STF decidiu que não incide Imposto de Renda sobre alimentos e pensões alimentícias fundadas no direito de família, caracterizando um grande avanço nas discussões de gênero.¹⁷⁴

Em relação à tributação sobre o consumo, que foi tratado no Capítulo 03, o que tem sido debatido é a tributação sobre os produtos exclusivamente femininos, a exemplo dos absorventes. As mulheres precisam utilizar uma forma de contenção da menstruação, como tampão, absorventes ou métodos contraceptivos. Porém, o absorvente tem uma tributação muito grande no Brasil, que é de 34,48%, segundo o Impostômetro, em um item exclusivamente feminino. Muitas meninas, inclusive, deixam de ir à escola por não terem condições de comprar o absorvente.

Neste sentido, há produtos supérfluos que possuem carga tributária inferior a do absorvente.

Logo, há uma tributação que onera exclusivamente as mulheres, não se tratando de privilégio e nem discussão de nicho, mas unicamente do princípio da igualdade.

Segundo Daniela Borges, presidente da OAB (Ordem dos Advogados do Brasil) da Bahia, em entrevista realizada ao Bahia Notícias, quando há alíquotas elevadas para produtos consumidos prioritariamente por mulheres, como a tributação dos absorventes, não há neutralidade. Justamente por isso, há a importância de as

¹⁷⁴ O relator, Dias Toffoli, foi acompanhado em seu voto pelos Ministros Ricardo Lewandowski, Cármen Lúcia, Rosa Weber, Luís Roberto Barroso, Alexandre de Moraes, André Mendonça e Luiz Fux, que votaram pela incompatibilidade da tributação da pensão alimentícia em relação ao Imposto de Renda. O Ministro Gilmar Mendes divergiu (acompanhado pelos Ministros Edson Fachin e Nunes Marques) entendendo que quem paga os alimentos pode deduzir os valores da base de cálculo do Imposto de Renda e, por isso, não haveria dupla tributação.

mulheres estarem nos espaços participando dos processos de decisão e de elaboração das leis que afetam as suas vidas.¹⁷⁵

É importante destacar que após 90 anos, a Ordem dos Advogados do Brasil Seção Bahia teve Daniela Borges como a primeira presidente da instituição e isso não deveria chamar a atenção das pessoas. Igualmente, é um grande avanço para a sociedade e a tendência deve ser de que tenham mais mulheres participando da vida política.

Pela primeira vez, cinco seccionais da OAB elegem mulheres para a presidências. Além de Daniela Borges, no Estado de São Paulo, após 89 anos, elegeram Patrícia Vanzolini. Também, os advogados do Estado do Paraná elegeram Marilena Winter para compor a diretoria e conselho da seccional. Outra seccional foi no Estado de Santa Catarina, que elegeu Cláudia da Silva Prudêncio e, por fim, no Centro-Oeste do país, a seccional do Mato Grosso elegeu como presidente a advogada Gisela Cardoso. Destaca-se que essas eleições são um marco na história da OAB, que teve mulheres eleitas presidente para o triênio 2022-2024 em cinco das vinte e sete seccionais.¹⁷⁶

José Afonso da Silva traz que deve ter igualdade perante a tributação. Esta, se relaciona com a justiça distributiva em matéria fiscal, ou seja, a repartição do ônus fiscal do modo mais justo possível. O autor traz que diversas teorias foram construídas para explicar este princípio, divididas em subjetivas e objetivas. Conforme o autor:

As teorias subjetivas compreendem duas vertentes: a do princípio do benefício e do princípio do sacrifício igual. O primeiro significa que a carga dos impostos deve ser distribuída entre os indivíduos de acordo com os benefícios que desfrutam da atividade governamental. Já o segundo implica que, sempre que o governo incorre em custos em favor de indivíduos particulares, estes custos devem ser suportados por eles.

(...)

As teorias objetivas convergem para o princípio da capacidade contributiva, expressamente adotada pela Constituição (art. 145, §1º), segundo o qual a carga tributária deve ser distribuída na medida da capacidade econômica dos contribuintes, critério que implica: (a) uma base impositiva que seja

¹⁷⁵ CARDOZO, Cláudia. **Mulher ser presidente da OAB não deveria chamar a atenção, diz Daniela Borges.** Bahia Notícias, 2022. Disponível em: <https://www.bahianoticias.com.br/justica/entrevista/233-mulher-ser-presidente-da-oab-nao-deveria-chamar-a-atencao-diz-daniela-borges.html>. Acesso em: 19 maio 2022.

¹⁷⁶ ANÁLISE EDITORIAL. **Pela primeira vez, cinco seccionais da OAB elegem mulheres para a presidência.** Análise Editorial, 2021. Disponível em: <https://analise.com/noticias/pela-primeira-vez-cinco-seccionais-da-oab-elegem-mulheres-para-presidencia>. Acesso em: 04 jun. 2022.

capaz de medir a capacidade; (b) alíquotas que igualem verdadeiramente essas cargas.¹⁷⁷

Deste modo, não basta a regra de isonomia estabelecida no caput do artigo 5º, da Constituição, para concluir que a igualdade perante a tributação está garantida. O constituinte teve a consciência de sua insuficiência, tanto que estabeleceu que é vedado instituir tratamento desigual entre os contribuintes que se encontrem em situação equivalente, sendo proibida qualquer distinção em razão de ocupação profissional ou função por eles exercida, independentemente da denominação jurídica dos rendimentos, títulos ou direitos, previsto no artigo 150, inciso II, da Constituição Federal.¹⁷⁸

O direito tributário é o instrumento para a geração das receitas necessárias à realização da igualdade de gênero e, ao mesmo tempo, é um dispositivo para combater a discriminação de gênero e efetivar a igualdade entre homens e mulheres.¹⁷⁹

No Brasil, a tributação regressiva constitui uma hipótese de discriminação indireta que penaliza as mulheres. Ainda que não existam no ordenamento jurídico brasileiro tributos específicos para mulheres ou alíquotas diferenciadas em função do gênero, o impacto da tributação é diferente em grupos sociais distintos, em detrimento das mulheres e de outras minorias que já sofrem os efeitos de uma persistente desigualdade estrutural. Especificamente, a regressividade, ou seja, a incidência tributária concentrada no consumo, soma-se aos efeitos da desigualdade de gênero para compor uma matriz complexa de desigualdade econômica.¹⁸⁰

Ressalte-se que o dever de gerar as receitas necessárias para promover a igualdade de gênero é violada pelo Estado brasileiro que possui um sistema tributário ineficiente e insensível à capacidade econômica, poupando a renda dos mais abastados; simultaneamente, o dever de não discriminar é violado pelo próprio

¹⁷⁷ SILVA, José Afonso. **Curso de direito constitucional positivo**. 25. ed. São Paulo: Malheiros, 2005, p. 221.

¹⁷⁸ *Ibidem*, loc. cit.

¹⁷⁹ FEITAL, Thiago. **Apontamentos para uma reflexão acerca do papel do direito tributário na concretização da igualdade de gênero sob o enfoque dos direitos humanos**. ResearchGate, 2018, p. 3. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/327601954_Apontamentos_para_uma_reflexao_acerca_do_papel_do_direito_tributario_na_concretizacao_da_igualdade_de_genero_sob_o_enfoque_dos_direitos_humanos. Acesso em: 21 maio 2022.

¹⁸⁰ *Ibidem*, p. 7-8.

sistema tributário, quando a regressividade deste sistema desloca para as mulheres o ônus fiscal, ignorando as desigualdades estruturais e contribuindo ativamente para a manutenção da pobreza feminina.¹⁸¹

Houve intensificação da discussão da Reforma Tributária com a apresentação da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 45, que prevê a eliminação de todo benefício fiscal sobre o consumo, refletida no Projeto de Lei 3887, que institui a CBS (Contribuição sobre Bens e Serviços). Em um primeiro momento, há discussão da tributação sobre o consumo e não se está olhando para o problema da desigualdade, injustiça e regressividade, mas sim, com o objeto único de simplificar o sistema. Ao invés de as propostas mitigarem a regressividade existente pela alta concentração da carga tributária, ela amplia a regressividade e, sendo estas propostas aprovadas, o sistema tributário ficará pior.

Segundo proposta de reforma tributária e desigualdade de gênero, sob coordenação de Tathiane Piscitelli, o atual nível de gastos tributários no Brasil tem realizado pressões significativas no orçamento federal e sua revisão é uma medida que se impõe. A concessão de incentivos tributários sobre determinados bens não necessariamente reverbera nos preços praticados ao consumidor final. Exatamente por essas razões, políticas tributárias focais, que visem à potencialização dos princípios da seletividade e da essencialidade, devem ser utilizadas com o objetivo precípuo de realizar os objetivos do Estado Social e Democrático de Direito inaugurado pela Constituição de 1988.¹⁸²

Questiona-se: O texto constitucional atende a todos os ditames de justiça de Estado democrático de direito? O texto em si é adequado, mas um dos grandes problemas no Brasil é a regressividade na tributação. Em teoria, não precisa de uma alteração constitucional para que o sistema tributário atenda a este ideal de justiça. Ocorre que, a operacionalização deste sistema tributário na prática é um sistema

¹⁸¹ FEITAL, Thiago. **Apontamentos para uma reflexão acerca do papel do direito tributário na concretização da igualdade de gênero sob o enfoque dos direitos humanos**. ResearchGate, 2018, p. 11. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/327601954_Apontamentos_para_uma_reflexao_acerca_do_papel_do_direito_tributario_na_concretizacao_da_igualdade_de_genero_sob_o_enfoque_dos_direitos_humanos. Acesso em: 21 maio 2022.

¹⁸² PISCITELLI, Tathiane *et al.* **Reforma Tributária e Desigualdade de Gênero**. São Paulo: FGV, 2020, p. 10. Disponível em: https://direitosp.fgv.br/sites/default/files/2021-09/reforma_e_genero_-_final_1.pdf. Acesso em: 14 dez. 2021.

concentrado no consumo, baixa na renda e na propriedade e, como consequência, o sistema tributário é regressivo.

A professora Tathiane Piscitelli, realizou entrevista na DW Brasil e ao ser questionada se há algum caso que a desigualdade se manifesta de forma clara, trouxe que as mulheres se dedicam ao cuidado da casa e das pessoas que nela habitam o dobro de horas do que os homens ao longo da semana, se dedicando cerca de vinte horas, enquanto os homens, dez, tanto para mulheres que estão no mercado de trabalho, quanto para mulheres que não estão.¹⁸³

Dessa forma, complementa que por ser mulher, no mais das vezes, a responsável pelo consumo imediato daquele lar e sendo a responsável pelo consumo dos bens de primeira necessidade daquela casa, ela acaba tendo a sua renda tributada por ocasião do consumo desses bens, que é uma tributação regressiva e a renda da mulher já é consideravelmente menor do que a dos homens, a diferença salarial é de 22%. Para as mulheres negras, esse percentual cresce assustadoramente.¹⁸⁴

Além disso, acerca dos bens de consumo feminino essenciais traz que:

Um segundo ponto se refere à tributação de bens de consumo feminino que são essenciais. Não estou falando de cosméticos, mas de bens de higiene pessoal, e especificamente dos absorventes. Temos uma tributação pesada dos absorventes no Brasil [a carga tributária total é de 27,5%], e esse é um bem de consumo exclusivo das mulheres, por uma razão biológica irrefutável. Não há nenhum outro bem similar de consumo masculino cujo consumo seja obrigatório. É um caso de tributação de um bem de consumo feminino que não é considerado à luz da sua essencialidade. Aqui a gente também tem um viés discriminatório, mais explícito pois não decorre da estrutura do sistema tributário.¹⁸⁵

A função extrafiscal dos tributos se relaciona com a indução de comportamentos e resultados desejados pelo ente tributante. Estando o ordenamento jurídico-tributário brasileiro inserido na lógica de Estado Democrático de Direito, é preciso se indagar quais são os limites aplicáveis e quais poderão ser mitigados/relativizados e se

¹⁸³ LUPION, Bruno. “**Desigualdade de gênero nos tributos precisa ser revista**”. DW Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/desigualdade-de-g%C3%AAnero-no-sistema-tribut%C3%A1rio-precisa-ser-revista/a-55998414>. Acesso em: 21 maio 2022.

¹⁸⁴ *Ibidem*.

¹⁸⁵ *Ibidem*.

poderão, diante de uma norma extrafiscal induzir comportamentos que resultem na redução das desigualdades de gênero.¹⁸⁶

Sob essa ótica, é preciso considerar outros aspectos envolvidos na tomada de decisões e de influência na vida do contribuinte e do cidadão, tais como referências culturais, familiares, religiosas, entre outras. Uma norma extrafiscal que não considere esses fatores pode causar efeitos distantes dos desejados, o que acarretaria também sua invalidade no ordenamento jurídico. Assim, independentemente de ser fiscal ou extrafiscal, a norma tributária deve sempre perseguir a justiça, sendo praticamente impossível isolar o Direito Tributário de outras áreas do conhecimento, sem ignorar as consequências sociais e econômicas que a incidência fiscal provoca.¹⁸⁷

Certamente, a política tributária pode ser utilizada em sua instrumentalidade para promover igualdade de gênero, por meio da extrafiscalidade, influenciando, por exemplo, no mercado de trabalho, para que se alcance igualdade salarial e de cargos e funções. É possível utilizar os tributos em sua função extrafiscal para induzir comportamentos na divisão sexual do trabalho e reduzir a invisibilização do trabalho doméstico eminentemente executado por mulheres.¹⁸⁸

Sobre tais questões, por que o Poder Judiciário não discute gênero e tributação? Ora, é preciso lembrar a discussão do salário-maternidade, no Tema 72 (Recurso Extraordinário 576.967), do STF, que teve um viés de gênero. O STF fixou a tese de que “É inconstitucional a incidência da contribuição previdenciária a cargo do empregador sobre o salário maternidade”. Aqui, não se quer discutir a questão previdenciária do tema em questão, mas sim o gênero que acabou sendo trazido no voto do Ministro Luís Roberto Barroso.

O Ministro trouxe que há oneração superior da mão de obra feminina, comparativamente à masculina, restringindo o acesso das mulheres aos postos de trabalho disponíveis no mercado, em nítida violação à igualdade preconizada pela Constituição da República.¹⁸⁹

¹⁸⁶ ROCHA, Isabelle. **Tributação e gênero: como o Imposto de Renda da Pessoa Física altera as desigualdades entre homens e mulheres**. Belo Horizonte: Editora Dialética, 2021, p. 117.

¹⁸⁷ *Ibidem*, p. 123-124.

¹⁸⁸ *Ibidem*, *loc. cit.*

¹⁸⁹ BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Recurso Extraordinário 576.967. Recorrente: Hospital Vita Batel S/A. Recorrido: União. Relator: Min. Roberto Barroso. Brasília, DJ 21 out. 2020. Disponível em:

Uma importante colocação do Ministro foi que a condição biológica de ser mulher e mãe, já é uma desequiparação de tratamento em relação aos homens, conforme se verifica em trecho do voto:

Em outras palavras, admitir uma incidência tributária que recai somente sobre a contratação de funcionárias mulheres e mães é tornar sua condição biológica, por si só, um fator de desequiparação de tratamento em relação aos homens, desestimulando a maternidade ou, ao menos, inculcando culpa, questionamentos, reflexões e medos em grande parcela da população, pelo simples fato de ter nascido mulher. Impõe-se gravame terrível sobre o gênero feminino, discriminado na contratação, bem como sobre a própria maternidade, o que fere os direitos das mulheres, dimensão inequívoca dos direitos humanos.¹⁹⁰

Esse Recurso Extraordinário trouxe que, pelo fato de a mulher estar afastada, não está desempenhando trabalho e o valor que ela recebe não é uma remuneração e sim, uma espécie de compensação, a fim de que ela possa se sustentar no período de afastamento. Então, se a empresa que contrata mulheres, quando elas dão à luz, já tem uma certa dificuldade de ter que contratar alguém ou colocar um substituto para desempenhar essa função, quando está afastada, é um ônus da empresa. Infelizmente, devido a este fato, muitas empresas deixam de contratar as mulheres.

Se, além do exposto, a empresa tem que contratar outra pessoa e pagar a mulher, ainda recolher a contribuição, é um ônus a mais, que levará ao desestímulo da contratação das mulheres, a fim de dificultar o ingresso e ascensão das mulheres no mercado de trabalho, direito este que é garantido no artigo 7º, da Constituição Federal.

Essa decisão foi positiva e, ao trazer a desigualdade como fundamento, demonstra que a necessidade de tratar igualmente os que são iguais e desigualmente os desiguais na medida de sua desigualdade é necessário quando há diferentes gêneros em perspectivas biológicas.

Embora na teoria a Constituição Federal possa se adequar ao sistema tributário brasileiro, na prática não é assim. Tendo em vista essas nuances, a sociedade tem

<https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=754147264>. Acesso em: 21 maio 2022.

¹⁹⁰ BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Recurso Extraordinário 576.967. Recorrente: Hospital Vita Batel S/A. Recorrido: União. Relator: Min. Roberto Barroso. Brasília, DJ 21 out. 2020. Disponível em: <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=754147264>. Acesso em: 21 maio 2022.

um papel muito importante para denunciar tais desigualdades de gênero, a começar pelos produtos e serviços de consumo feminino.

4.4 O PAPEL DA SOCIEDADE E DO ESTADO PARA DENUNCIAR TAIS ABUSOS

Ao longo deste trabalho, foi demonstrada a notória desigualdade em relação às mulheres, no tocante à tributação e o mercado de consumo, bem como a não observância na prática do artigo 3º da Constituição Federal.

É importante salientar que a sociedade civil pode se mobilizar solicitando explicações a marcas e empresas que fazem uso do tipo de prática abusiva, que é o *pink tax* e, em caso de explicações não convincentes, procurar os órgãos administrativos e judiciais de defesa do consumidor. Assim, por mais que não exista no Brasil legislação específica contra este tipo de ação, o Código de Defesa do Consumidor proíbe em seu artigo 39, inciso V e X, taxando como abusiva e proibindo respectivamente, qualquer prática comercial que exija do consumidor vantagem excessiva e que eleve preços sem justa causa. Frise-se que se o produto é o mesmo, mudando apenas sua cor (o que não impacta no custo de venda), não havendo motivo justo para a cobrança superior de produtos voltados para as mulheres.¹⁹¹

Inclusive, há um Projeto de Lei em curso no Senado, qual seja, 950/2021, em que institui a semana nacional de mobilização, conscientização e estímulo à adoção da Campanha contra o Imposto Rosa, a ser celebrada anualmente na semana que compreende o dia 15 de abril. Nesta semana, terá como um dos objetivos promover perante a comunidade debates, palestras e eventos que visem demonstrar a importância de termos de políticas públicas, divulgar os avanços obtidos nesta área, dentre outros. A data do dia 15 de abril foi escolhida por ser o nascimento da primeira mulher brasileira a investir na bolsa de valores, cujo nome é Eufrásia Teixeira Leite.¹⁹²

¹⁹¹ MARIMPIETRI, Flávia. Pink Tax e o Direito das Consumidoras. **Revista Direito UNIFACS – Debate Virtual**, Salvador, 2017, n. 206, p. 3. Disponível em: <https://revistas.unifacs.br/index.php/redu/article/view/4971>. Acesso em: 20 maio 2022.

¹⁹² SENADO FEDERAL. **Projeto de Lei nº 950, de 2021**. Atividade Legislativa. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/147570>. Acesso em: 23 maio 2022.

Neste sentido, é necessário que, consoante a realidade política brasileira, os obstáculos sociais, culturais e comportamentais limitam a participação e as reivindicações femininas, novas abordagens e ações afirmativas devem ser adotadas para viabilizar a inserção das mulheres na esfera pública, espelhando-se em programas internacionais que tiveram resultados positivos.¹⁹³

Destaca-se a ONU (Organização das Nações Unidas) Mulheres que foi criada em 2010, para unir, fortalecer e ampliar os esforços mundiais em defesa dos direitos humanos das mulheres, especialmente pelo apoio a articulações e movimentos de mulheres e feministas, entre elas negras, indígenas, jovens, trabalhadoras domésticas e trabalhadoras rurais. Isto posto, são seis áreas prioritárias de atuação: liderança e participação política das mulheres, empoderamento econômico, fim da violência contra as mulheres e meninas, paz e segurança e emergências humanitárias, governança e planejamento e normas globais e regionais.¹⁹⁴

Nesta senda, o Brasil deve se atentar à abordagem adotada pelos países que conseguiram viabilizar uma maior inserção feminina na política, investindo em ações afirmativas para realizar transformações na qualidade e quantidade da participação política das mulheres, para superar a sub-representação feminina, mas essas ações não devem ser o único meio de mudança no cenário político.¹⁹⁵

Mas não apenas isso. É preciso que todas as mulheres estejam unidas para exercerem os seus direitos e conquistarem a igualdade. É necessário compreender que não existe apenas uma luta, já que são muitas mulheres, com lutas distintas, e que enfrentam algumas violências maiores, tais como de raça e classe. Se para a mulher branca é difícil romper com o machismo e sexismo, para a mulher negra a situação é pior, pois precisa enfrentar o racismo.¹⁹⁶

Além disso, é parte de um grave problema político, pois a antecipação para que reconheçam as mulheres como sujeito feminino faz com que as mulheres adquiram

¹⁹³ CASTRO, Cristina Veloso de; SOUZA, Ana Beatriz do Amaral. Análise da construção histórica do direito da mulher, o movimento feminista e as cotas de gênero como ferramenta de perpetuação da desigualdade de gênero na política. **Revista Eletrônica da Faculdade de Direito de Franca**, Frutal, v. 16, 2021, n. 1, p. 106. Disponível em: Acesso em: <https://www.revista.direitofranca.br/index.php/refdf/article/view/1194>. 20 maio 2022.

¹⁹⁴ ONU MULHERES BRASIL. **Sobre a ONU Mulheres**. Disponível em: <https://www.onumulheres.org.br/onu-mulheres/sobre-a-onu-mulheres/>. Acesso em: 20 maio 2022.

¹⁹⁵ CASTRO, Cristina Veloso de; SOUZA, Ana Beatriz do Amaral. *Op. cit.*, 2021, p. 107.

¹⁹⁶ BORGES, Daniela. **Conquistas e avanços necessários nos direitos das mulheres**. Conjur, 2019. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2019-mar-08/daniela-borges-avancos-ainda-necessarios-direitos-mulheres>. Acesso em: 15 nov. 2021.

os mesmos (ou muito similares) produtos e serviços que os homens por um preço mais alto porque, teoricamente, apresentam padrões de cor e estética “voltados para elas”, cujos salários são menores. Há a hegemonia patriarcal sem que tenha de haver necessariamente, um ato de poder, pois gastando mais e recebendo menos, não se permite às mulheres que se emancipem.¹⁹⁷

A sociedade civil deve se mobilizar e lutar por mudanças nas estruturas, não de forma restrita ao mesmo sistema que descreve e limita os sujeitos, mas como argumentos e possibilidades, a fim de acabar a precificação por gênero.¹⁹⁸

Reitere-se que a política é atualizada como um espaço masculino. A baixa presença e mesmo a ausência, em muitos casos, de mulheres em cargos eletivos e de primeiro escalão, no âmbito estatal, não significa que as mulheres não atuem politicamente, mas sim que essa atuação é dificultada e, quando existe, ocorre em ambiente político historicamente masculino. Neste sentido, os movimentos feministas têm atuado de “fora” (exercendo pressão a partir das ruas) e “dentro” do Estado, participando da construção de políticas e de novos marcos de referência para as democracias contemporâneas no âmbito estatal nacional e em organizações e espaços transnacionais.¹⁹⁹

O Supremo Tribunal Federal, inclusive, reconheceu que o princípio da essencialidade é aplicável tanto ao Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), quanto Imposto Sobre Produtos Industrializados (IPI), quando julgou o caso da energia elétrica, no Recurso Extraordinário 714.139 (Tema 745). Quanto mais essencial for a mercadoria, menor deve ser a alíquota do ICMS, menor deve ser a alíquota do IPI, e isso é algo já previsto na Constituição, sendo alíquotas que podem ser discutidas para o fim de redução.

No momento em que o STF julgou a alíquota do ICMS na energia elétrica, retratou que a alíquota não poderia ser maior do que produtos supérfluos e determinou a inconstitucionalidade desta alíquota maior. Isso demonstra que o argumento da seletividade e essencialidade não deve ser apenas para a energia elétrica, mas

¹⁹⁷ GERCHMANN, Suzana Rahde. **Além da etiqueta: análise da pink tax pela teoria de Judith Butler**. 2020, p. 63. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade Nova de Lisboa, Portugal. Orientadora: Profa. Dra. Soraya Nour Sckell. Disponível em: https://run.unl.pt/bitstream/10362/132400/1/Gerchmann_2020.pdf. Acesso em: 21 maio 2022.

¹⁹⁸ *Ibidem*, p. 89.

¹⁹⁹ BIROLI, Flávia. **Gênero e desigualdades: os limites da democracia no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2018, p. 175

também para os produtos femininos que são essenciais para as mulheres, como fraldas infantis e geriátricas.

A tributação da maquiagem nacional chega a ter 51,41% de impostos, conforme dados do Impostômetro. Será que a maquiagem é supérflua? A mulher não consegue estar no mercado sem maquiagem – muitas empresas colocam como recomendação, outras exigem. Em escritórios de advocacia, na maioria das vezes, as mulheres precisam se maquiar.²⁰⁰

Nos postos de saúde, deveriam ser distribuídos absorventes. Os preservativos masculinos são distribuídos, mas um item essencial não é. Então, o absorvente não é tão essencial quanto um contraceptivo?

Indaga-se: Será que a sociedade deve aceitar isso?

Deve-se estimular a sociedade, bem como o Estado a denunciar tais abusos contra a mulher, a começar pela precificação pelo gênero.

Iniciando desta forma, é possível avançar em outros sentidos. É preciso falar mais sobre este tema, com o viés de que o ordenamento jurídico protege esses valores. O ordenamento jurídico é claro que a tributação deve respeitar a essencialidade, como o IPI e ICMS. Então, ao dispor expressamente neste sentido, produtos que tenham uma alíquota maior do que os produtos essenciais, podem ser questionado judicialmente.

Na medida em que determinados produtos passam a ser mais caros pelo simples fato de serem rosa, inevitavelmente, a tributação será mais elevada, o que não é certo, pois contribui ainda mais com a desigualdade de gênero no Brasil.

²⁰⁰ IMPOSTÔMETRO. **Relação de produtos.** Disponível em: <https://impostometro.com.br/home/relacaoprodutos>. Acesso em: 21 maio 2022.

5 CONCLUSÃO

Em face de todo o exposto nos capítulos de desenvolvimento deste trabalho, tornou-se possível o estabelecimento de algumas relevantes conclusões.

A primeira delas, em relação a problemática de como a tributação e o mercado de consumo sobre as mulheres viola a igualdade da Constituição Federal, foi demonstrado que ainda existe desigualdade de gênero no Brasil, pois, ainda hoje, são taxadas “coisas de menina” e “coisas de menino”. Cabe salientar que justamente por isso, a tributação e o mercado de consumo estão tão relacionados a esta controvérsia.

O público feminino é o maior público consumidor e isso faz com que os estabelecimentos aumentem os seus preços para as mulheres e, conseqüentemente, estas acabam pagando mais por produtos semelhantes aos masculinos, sendo a *pink tax*.

Existe uma cobrança majorada quando se trata de um produto ou serviço “tipicamente” feminino. Destaca-se que *pink tax* não é um tributo, mas impacta indiretamente na tributação. Ao pensar na tributação do consumo, em razão da *pink tax*, as mulheres acabam pagando mais tributo sobre o consumo, tendo em vista que, se o produto que compra é mais caro, o impacto econômico da tributação será maior.

No caso do absorvente, na falta deste, pode ocasionar a abstenção escolar de jovens em período menstrual, tendo em vista que o Brasil é um país de pobreza menstrual e possui uma tributação muito alta. Sendo assim, a tributação onera as mulheres por uma questão inafastável e nada tem a ver com uma opção de consumo.

No caso de maquiagens, alega-se que as mulheres utilizam mais, porém, ainda que o uso de tais produtos esteja na esfera de autonomia das mulheres, o não cumprimento deste padrão, especialmente em ambientes profissionais, é visto como sinal de descuido e inadequação. Então, involuntariamente, a mulher quando paga mais, acaba pagando mais tributos indiretamente, e isso viola a igualdade da Constituição Federal.

A segunda conclusão, consoante a segunda problemática de pesquisa, que um dos objetivos da República Federativa do Brasil é promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação, foi ressaltado como a desigualdade de gênero é demonstrada atualmente na sociedade brasileira. As mulheres são tributadas de forma mais onerada em produtos essenciais e relativamente aos preços em determinados produtos, os femininos são mais caros do que os masculinos.

Isto posto, deve a sociedade se mobilizar em relação a determinadas marcas e empresas que utilizam desta prática, bem como notificar os órgãos administrativos e de defesa do consumidor, fazendo com que o Poder Público proíba tais abusividades.

O público feminino ainda recebe menos do que os homens. Efetivamente, não é possível reverter esse cenário enquanto não houver políticas públicas claras e efetivas que atuem para a redução dessas desigualdades.

As mulheres não estão dispostas a pagar mais, pois, como na maioria das vezes são responsáveis pelo lar, normalmente, não sabem que estão pagando mais. Infelizmente, o trabalho dentro da casa é considerado como um espaço de mulher e fora de casa, do homem. Nesta senda, isso implica no não reconhecimento do trabalho doméstico e cuidados; o cuidado é considerado uma obrigação natural das mulheres e a desigualdade se transfere para o mercado de trabalho.

Na medida que os produtos passam a ser mais caros, simplesmente em virtude de ser rosa, é algo que precisa ser debatido. Deve-se batalhar para que tais teses cheguem aos Tribunais Superiores, a fim de que a questão de gênero seja mais discutida, pois a estrutura tributária brasileira reforça as desigualdades e, ao reforçar as desigualdades, reforça a desigualdade de gênero.

No tocante aos cargos políticos, quanto mais mulheres houver, será melhor para a sociedade, para uma maior igualdade. Um mundo mais igualitário é aquele independente do gênero, da cor, da religião. Se, juridicamente, há possibilidade de batalhar em prol da diminuição da desigualdade, seja nos Congressos, palestras ou tributação, o tratamento deve condizer com essa atual situação e se direcionar para a sociedade.

O Projeto de Lei nº 950/2021, que institui a semana nacional de mobilização, conscientização e estímulo à adoção da Campanha contra o Imposto Rosa, celebrado na semana que compreender o dia 15 de abril será um grande marco para essa discussão. Hoje, muitas pessoas não sabem que a mulher acaba pagando mais em determinados produtos ou serviços, então, ao ter um dia específico para isso, serão trazidas diversas questões à baila.

Foi trazida nesta monografia a decisão do Supremo Tribunal Federal relativa à não tributação do salário-maternidade, sendo uma decisão importante e, talvez, a única, que relacione o direito tributário, com a discussão de gênero.

As mulheres, portanto, devem continuar lutando para as mudanças legislativas. Porém, a desigualdade entre homens e mulheres têm muita relação com questões culturais, devendo os valores de cada sujeito serem transformados.

Foi identificado que a tributação e o mercado de consumo oneram as mulheres, principalmente sob a perspectiva de produtos essenciais, bem como foi demonstrado que a igualdade perante homens e mulheres não se concretiza na sociedade brasileira.

Por conseguinte, o conceito de desigualdade de gênero, sob a perspectiva do feminismo, desde os seus primórdios e impactos na sociedade brasileira foram apurados.

Esse cenário será transformado por meio de políticas públicas de intervenção. Para que hajam políticas públicas, deve ter representação feminina ou masculina que entenda da matéria. Mas, poucos cargos são ocupados tanto no Senado Federal quanto na Câmara dos Deputados, tendo uma representação ínfima, caracterizando uma falta para esse grupo de cidadãos brasileiros.

Este trabalho tem o intuito de que a sociedade civil se mobilize e lute pelas mudanças necessárias. É importante que haja o debate e que a população discuta sobre este tema. O fim da desigualdade de gênero já esteve mais distante e devemos lutar para que isso aconteça para que, no futuro, tenhamos um mundo em que o princípio da igualdade seja respeitado.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA ESTADO. **Após veto de Bolsonaro, tributo sobre absorvente é reduzido.** R7, 2021. Disponível em: <https://noticias.r7.com/brasil/apos-veto-de-bolsonaro-tributo-sobre-absorvente-e-reduzido-20112021>. Acesso em: 02 abr. 2022.

AGÊNCIA SENADO. **Bolsonaro veta distribuição de absorventes a estudantes e pessoas pobres.** Senado, 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/10/07/bolsonaro-veta-distribuicao-de-absorventes-a-estudantes-e-mulheres-pobres>. Acesso em: 16 abr. 2022.

AGÊNCIA SENADO. **Derrubado o veto à distribuição de absorventes para mulheres de baixa renda.** Senado, 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/03/10/derrubado-o-veto-a-distribuicao-de-absorventes-para-mulheres-de-baixa-renda>. Acesso em: 16 abr. 2022.

ALCÂNTARA, Ana Beatriz Quintas Santiago de; VERBICARO, Dennis. A percepção do sexismo face à cultura do consumo e a hipervulnerabilidade da mulher no âmbito do assédio discriminatório de gênero. **Revista Pensamento Jurídico**, São Paulo, v. 11, 2017, n. 1, p. 172-192. Disponível em: <https://fadisp.com.br/revista/ojs/index.php/pensamentojuridico/article/view/81/133>. Acesso em: 27 dez. 2021.

ALVES, Kristine Renata Medeiros; RESENDE, Gisele Cristina. Reflexões sobre as mulheres que exercem múltiplas funções: papéis sociais, dentro e fora de casa. **Revista Educação e Humanidades**, Amazonas, v. 2, 2021, n. 1, p. 622-631. Disponível em: <https://periodicos.ufam.edu.br/index.php/reh/article/view/8576/6145>. Acesso em: 15 nov. 2021.

ANÁLISE EDITORIAL. **Pela primeira vez, cinco seccionais da OAB elegem mulheres para a presidência.** Análise Editorial, 2021. Disponível em: <https://analise.com/noticias/pela-primeira-vez-cinco-seccionais-da-oab-elegem-mulheres-para-presidencia>. Acesso em: 04 jun. 2022.

ANDES. **Trabalho não remunerado realizado por mulheres representa US\$ 10,8 tri por ano no mundo.** ANDES, 2020. Disponível em: <https://www.andes.org.br/conteudos/noticia/trabalho-nao-remunerado-realizado-por-mulheres-representa-uS-10-8-tri-por-ano-no-mundo1>. Acesso em: 21 maio 2022.

ASSAD, Beatriz Flugel. Políticas públicas acerca da pobreza menstrual e sua contribuição para o combate à desigualdade de gênero. **Revista Antinomias**, Ponta Grossa, v. 2, 2021, n. 1, p. 140-160. Disponível em: <http://www.antinomias.periodikos.com.br/article/60e39095a9539505a0471774/pdf/antinomias-2-1-140.pdf>. Acesso em: 02 abr. 2022.

BAER, Susanne. Desigualdades que importam. **Revista Direito e Práxis**, Rio de Janeiro, v.7, 2016, n. 3, p. 449-475. Disponível em: <https://www.e->

publicacoes.uerj.br/index.php/revistaceaju/article/view/25359. Acesso em: 02 nov. 2021.

BARBIÉRI, Luiz Felipe. **Damares diz que na ‘concepção cristã’ mulher deve ser ‘submissa’ ao homem no casamento.** Portal G1, 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/04/16/damares-diz-que-em-sua-concepcao-crista-mulher-deve-ser-submissa-ao-homem-no-casamento.ghtml>. Acesso em: 15 nov. 2021.

BARBOZA, Heloisa Helena Gomes; JUNIOR, Vitor de Azevedo Almeida. (Des)Igualdade de gênero: restrições à autonomia da mulher. **Revista Pensar**, Fortaleza, v. 22, 2017, n. 1, p. 240-271. Disponível em: <https://periodicos.unifor.br/rpen/article/view/5409/pdf>. Acesso em: 22 mar. 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida.** Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001.

BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo: a experiência vivida.** Tradução: Sérgio Milliet. 2. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967.

BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo: fatos e mitos.** Tradução: Sérgio Milliet. 4. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1970.

BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Feminismo e política: uma introdução.** 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2014.

BIROLI, Flávia. **Gênero e desigualdades: os limites da democracia no Brasil.** 1. ed. São Paulo: Editora Boitempo, 2018.

BLASIO, Bill; MENIN, Julie. **From Cadle to Cane: The Cost of Being a Female Consumer.** New York: New York City Department of Consumer Affairs, 2015, p. 01-76. Disponível em: <https://www1.nyc.gov/assets/dca/downloads/pdf/partners/Study-of-Gender-Pricing-in-NYC.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2022.

BONESSO, Márcio; LIMA, Gyzely Suely Lima; ROSA, Rebeka Germano. Movimentos feministas no Marketing de Relacionamento: As propagandas de cerveja no Brasil. *In*: ALMEIDA, Marcelo Dias de; LIMA, Gysely Suely (Orgs.). **Marketing em movimento.** Uberlândia: IFTM, Campus Uberlândia Centro, 2018, p. 73-103.

BORGES, Daniela. **Conquistas e avanços necessários nos direitos das mulheres.** *Conjur*, 2019. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2019-mar-08/daniela-borges-avancos-ainda-necessarios-direitos-mulheres>. Acesso em: 15 nov. 2021.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 02 nov. 2021.

BRASIL. **Decreto nº 9.580**, de 22 de novembro de 2018. Regulamenta a tributação, a fiscalização, a arrecadação e a administração do Imposto de Renda e Proventos de Qualquer Natureza. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/D9580.htm. Acesso em: 21 maio 2022.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 1.301**, de 31 de dezembro de 1973. Dispõe sobre a tributação separada dos rendimentos do casal e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1965-1988/del1301.htm#:~:text=DECRETO%2DLEI%20N%C2%BA%201.301%2C%20DE,Art. Acesso em: 21 maio 2022.

BRASIL. **Lei nº 7.713**, de 22 de dezembro de 1988. Altera a legislação do Imposto de Renda e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7713.htm. Acesso em: 21 maio 2022.

BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 10 jan. 2021.

BRASIL. **Lei 14.214**, de 06 de outubro de 2021. Institui o Programa de Proteção e Promoção da Saúde Menstrual; e altera a Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006, para determinar que as cestas básicas entregues no âmbito do Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (Sisan) deverão conter como item essencial o absorvente higiênico feminino. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/Lei/L14214.htm#:~:text=L14214&text=Institui%20o%20Programa%20de%20Prote%C3%A7%C3%A3o,essencial%20o%20absorvente%20higi%C3%AAnico%20feminino. Acesso em: 02 abr. 2022.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. ADI 5422 – Proc. 9032329-95.2015.1.00.0000. Requerente: Instituto Brasileiro de Direito de Família – IBDFAM. Requerido: Presidente da República. Relator: Min. Dias Toffoli. Brasília, Minuta de Voto 12 mar. 2021. Disponível em: <https://ibdfam.org.br/assets/img/upload/files/toffoli.pdf>. Acesso em: 21 maio 2022.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Agravo em Recurso Extraordinário nº 1.139.568 – Proc. 0718852-21.2017.8.07.0016. Recorrente: Roberto Casali Junior Recorrido: R2B Producoes e Eventos Ltda. Relator: Min. Nunes Marques. Brasília, DJ 07 jul. 2021. Disponível em: <https://jurisprudencia.stf.jus.br/pages/search/despacho1218229/false>. Acesso em: 16 abr. 2022.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Recurso Extraordinário 576.967. Recorrente: Hospital Vita Batel S/A. Recorrido: União. Relator: Min. Roberto Barroso. Brasília, DJ 21 out. 2020. Disponível em: <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=754147264>. Acesso em: 21 maio 2022.

BRENNAN, Bridget. **Book Excerpt: 'Why She Buys'**. The Wall Street Journal, 2009. Disponível em: <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052970204058504574264060796149146>. Acesso em: 21 maio 2022.

BÚRCA, Gráinne de; HAILBRONNER, Michaela; RUDOLPHY, Marcela Prieto. Gênero nas publicações acadêmicas. Tradução: CRUZ, Gabriel Dias Marques da *et al.* **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 18, 2022, n. 1, p. 1-15. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/revdireitogv/article/view/85702/80825>. Acesso em: 04 jun. 2022.

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

CABEZON, Ricardo de Moraes. A mulher consumidora e os conceitos consumeristas a ela aplicáveis. *In*: D'URSO, Clarice; D'URSO, Umberto Luiz Borges (Coord.). **Coletânea de artigos: "dos direitos da mulher"**. São Paulo: Comissão OAB/SP, 2012, p. 1-201.

CANABARRO, Jananina; SALVAGNI, Julice. Mulheres líderes: as desigualdades de gênero, carreira e família nas organizações de trabalho. **Revista de Gestão e Secretariado**, São Paulo, v. 6, 2015, n. 2, p. 88-110. Disponível em: <https://www.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/347>. Acesso em: 18 nov. 2021.

CARDOZO, Cláudia. **Mulher ser presidente da OAB não deveria chamar a atenção, diz Daniela Borges**. Bahia Notícias, 2022. Disponível em: <https://www.bahianoticias.com.br/justica/entrevista/233-mulher-ser-presidente-da-oab-nao-deveria-chamar-a-atencao-diz-daniela-borges.html>. Acesso em: 19 maio 2022.

CARMO, Valter Moura do; RAMOS, Giovana Benedita Jaber Rossini; SILVA, Joasey Pollyanna Andrade da. As quatro ondas do feminismo: lutas e conquistas. **Revista de Direitos Humanos em Perspectiva**, Rio de Janeiro, v. 7, 2021, n. 1, p. 101-122. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/direitoshumanos/article/view/7948/pdf>. Acesso em: 15 nov. 2021.

CARNEIRO, Sueli. Mulheres em movimento. **Estudos avançados**, São Paulo, v. 17, 2003, n. 49, p. 117-132. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/9948>. Acesso em: 18 nov. 2021.

CARVALHO, Beatriz Alves; FRANZÓI, Gabriela Cargnin. **Nem Blue, Nem Pink Tax – Breves perspectivas sobre tributação e desigualdade gênero**. Women In Law Mentoring Brazil, 2021. Disponível em: <https://wlm.org.br/nem-blue-nem-pink-tax-brev-perspectivas-sobre-tributacao-e-desigualdade-genero/>. Acesso em: 27 mar. 2022.

CASTRO, Cristina Veloso de; SOUZA, Ana Beatriz do Amaral. Análise da construção histórica do direito da mulher, o movimento feminista e as cotas de gênero como

ferramenta de perpetuação da desigualdade de gênero na política. **Revista Eletrônica da Faculdade de Direito de Franca**, Frutal, v. 16, 2021, n. 1, p. 47-115. Disponível em: <https://www.revista.direitofranca.br/index.php/refdf/article/view/1194>. Acesso em: 20 maio 2022.

DANA, Samy. **'Taxa Rosa': por que produtos para as mulheres são mais caros?** Portal G1, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/educacao-financeira/blog/samy-dana/post/2018/10/04/taxa-rosa-por-que-produtos-para-as-mulheres-sao-mais-caros.ghtml>. Acesso em: 27 dez. 2021.

DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe**. São Paulo: Editora Boitempo, 2016.

DEARO, Guilherme. **Conar pede que Itaipava suspenda sua campanha**. Exame, 2015. Disponível em: <https://exame.com/marketing/conar-pede-que-itaipava-suspenda-sua-campanha/>. Acesso em: 19 mar. 2022.

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Acórdão nº 1051698, Segunda Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal. Relator: Arnaldo Correa Silva. Julgado em 04 out. 2017. Disponível em: <https://pje-consultapublica.tjdft.jus.br/consultapublica/ConsultaPublica/DetalheProcessoConsultaPublica/listView.seam?ca=0978cf60f211cf1da8f30711b70aed37f9df79130d5ba526>. Acesso em: 16 abr. 2022.

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Processo nº 0718852-21.2017.8.07.0016, 4º Juizado Especial Cível de Brasília. Juíza: Oriana Piske. Julgado em 07 ago. 2017. Disponível em: <https://pje-consultapublica.tjdft.jus.br/consultapublica/ConsultaPublica/DetalheProcessoConsultaPublica/listView.seam?ca=0978cf60f211cf1da8f30711b70aed37f9df79130d5ba526>. Acesso em: 16 abr. 2022.

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Processo nº 0718852-21.2017.8.07.0016, CEJUSC-JEC-BSB, Juíza: Caroline Santos Lima. Julgado em: 06 jun. 2017. Disponível em: <https://pje-consultapublica.tjdft.jus.br/consultapublica/ConsultaPublica/DetalheProcessoConsultaPublica/listView.seam?ca=0978cf60f211cf1da8f30711b70aed37f9df79130d5ba526>. Acesso em: 16 abr. 2022.

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Processo nº 0718852-21.2017.8.07.0016, Presidência da Segunda Turma Recursal. Presidente: Almir Andrade de Freitas. Julgado em 20 mar. 2018. Disponível em: <https://pje-consultapublica.tjdft.jus.br/consultapublica/ConsultaPublica/DetalheProcessoConsultaPublica/listView.seam?ca=0978cf60f211cf1da8f30711b70aed37f9df79130d5ba526>. Acesso em: 16 abr. 2022.

DOTTO, Fernanda Real; SIHE, Karen. De a Bela Adormecida à Malévola: O papel da mulher na sociedade. **Psicanálise & Barroco em revista**, Rio de Janeiro, v. 15, 2017, n. 1, p. 105-129. Disponível em: <http://seer.unirio.br/psicanalise-barroco/article/view/7282>. Acesso em: 16 nov. 2021.

EXTRA. Mulheres gastam mais com produtos de beleza que homens. Veja como economizar. Portal Extra, 2020. Disponível em:

<https://extra.globo.com/economia-e-financas/suas-contas/mulheres-gastam-mais-com-produtos-de-beleza-que-homens-veja-como-economizar-rv1-1-24770074.html>. Acesso em: 03 abr. 2022.

FEITAL, Thiago. Apontamentos para uma reflexão acerca do papel do direito tributário na concretização da igualdade de gênero sob o enfoque dos direitos humanos. ResearchGate, 2018, p. 1-11. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/327601954_Apontamentos_para_uma_reflexao_acerca_do_papel_do_direito_tributario_na_concretizacao_da_igualdade_de_genero_sob_o_enfoque_dos_direitos_humanos. Acesso em: 21 maio 2022.

FERNANDES, Francisco Luiz. Da inaplicabilidade exegética quanto a formalidade contida no inciso I, do artigo 5º da Constituição Federal de 1988. Revista Científica Universitas. Itajubá, v.2, 2009, n. 2, p. 01-10. Disponível em:

<http://revista.fepi.br/revista/index.php/revista/article/view/18/16>. Acesso em: 28 mar. 2022.

FERNANDES, Sabrina da Silva. DIÁLOGOS ENTRE DIREITO E GÊNERO: a essencialidade tributária e o uso de bens de higiene pessoal e cuidado na formação da identidade da mulher. Revista VirtuaJus, Belo Horizonte, v.6, 2021, n. 10, p. 163-178. Disponível em:

<http://periodicos.pucminas.br/index.php/virtuajus/article/view/27085/18617>. Acesso em: 14 maio 2022.

FRIEDAN, Betty. Mística feminina. Tradução: Áurea B. Weissenberg. Rio de Janeiro: Editora Vozes Limitada, 1971.

FRIZZERA, Mariana Paiva. Consumo e gênero: corpo e cirurgias estéticas na construção da identidade das mulheres brasileiras na sociedade de consumo.

2018. Dissertação. (Mestrado em Direito). Faculdade de Direito, Faculdade de Direito de Vitória, Espírito Santo. Orientador: Prof. Dr. André Filipe Pereira Reid dos Santos. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/FDV-1_b13b078714766b60f1d4915c550ebc84. Acesso em 16 nov. 2021.

G1. ANS abre processo administrativo contra planos de saúde para apurar exigência de autorização do marido para inserção do DIU em mulheres. Portal G1, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/08/17/ans-abre-processo-administrativo-contra-planos-de-saude-para-apurar-exigencia-de-autorizacao-do-marido-para-insercao-do-diu-em-mulheres.ghtml>. Acesso em: 16 nov. 2021.

G1. Homem entra na Justiça contra preço menor para mulher em show e balada. Portal G1, 2017. Disponível em:

<https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2017/06/homem-entra-na-justica-contra-preco-menor-para-mulher-em-show-e-balada.html>. Acesso em: 19 mar. 2022.

GATTI, Gabriela. **Taxa rosa: mulheres pegam mais caro que os homens pelos mesmos produtos.** Estado de Minas, 2021. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2021/07/16/internas_economia,1287438/taxa-rosa-mulheres-pagam-mais-carro-que-os-homens-pelos-mesmos-produtos.shtml. Acesso em: 02 abr. 2022.

GERCHMANN, Suzana Rahde. **Além da etiqueta: análise da *pink tax* pela teoria de Judith Butler.** 2020. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade Nova de Lisboa, Portugal. Orientadora: Profa. Dra. Soraya Nour Sckell. Disponível em: https://run.unl.pt/bitstream/10362/132400/1/Gerchmann_2020.pdf. Acesso em: 21 maio 2022

GOMES, Eduardo Biacchi; VILARIM, Fernanda Rodrigues. Direitos Humanos e Acesso à Justiça: Governança da Internet e a Quarta Onda do Movimento Feminista. **Caderno da Escola Superior de Gestão Pública, Política, Jurídica e Segurança**, Curitiba, v. 3, 2020, n. 1, p. 266-291. Disponível em: <https://www.cadernosuninter.com/index.php/ESGPPJS/article/view/1282>. Acesso em: 15 nov. 2021.

GRUBBA, Leilane Serratine; MONTEIRO, Kimberly Farias. A luta das mulheres pelo espaço público na primeira onda do feminismo: de sufragetetes às sufragistas. **Revista Direito e Desenvolvimento**, João Pessoa: v. 8, 2017, n. 2, p. 261-278. Disponível em: <https://periodicos.unipe.br/index.php/direitoedesenvolvimento/article/view/563>. Acesso em 16 nov. 2021.

GUIMARÃES, Sara. **Pink Tax: O preço da desigualdade de gênero.** Correio Braziliense, 2020. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/comunidade-ei/2020/03/16/noticias-comunidadeei,834648/pink-tax-o-preco-da-desigualdade-de-genero.shtml>. Acesso em: 10 jan. 2022.

IBDFAM. **Igualdade de gênero se torna um ideal ainda mais distante devido à pandemia.** IBDFAM, 2021. Disponível em: <https://ibdfam.org.br/noticias/8348/Igualdade+de+g%C3%AAnero+se+torna+um+ideal+ainda+mais+distante+devido+%C3%A0+pandemia>. Acesso em: 14 maio 2022.

IBGE Educa. **Indicadores sociais das mulheres no Brasil.** Divulgado pelo IBGE em 07 de março de 2018. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/materias-especiais/20453-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil.html>. Acesso em: 27 mar. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Em 2018, mulher recebia 79,5% do rendimento do homem. **Estatísticas sociais.** Atualizado em 04/07/2019 17h44. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23923-em-2018-mulher-recebia-79-5-do-rendimento-do-homem>. Acesso em: 16 nov. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Mulheres dedicam mais horas aos afazeres domésticos e cuidados de pessoas, mesmo em

situações ocupacionais iguais a dos homens. **Estatísticas sociais**. Atualizado em 26/04/2019 15h57. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/24266-mulheres-dedicam-mais-horas-aos-afazeres-domesticos-e-cuidado-de-pessoas-mesmo-em-situacoes-ocupacionais-iguais-a-dos-homens>. Acesso em: 15 nov. 2021.

IMPOSTÔMETRO. **Relação de produtos**. Disponível em: <https://impostometro.com.br/home/relacaoprodutos>. Acesso em: 21 maio 2022.

KESKE, Henrique Alexander Grazzi; ROCHA, Claudine Rodembush. A importância da luta dos movimentos feministas no desenvolvimento da tipificação do feminicídio e na busca por igualdade entre os gêneros. **Revista de Gênero, Sexualidade e Direito**, Salvador, v. 4, 2018, n. 1, p. 80-98. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/revistagsd/article/view/4106/pdf>. Acesso em: 16 nov. 2021.

KHAN, Ahmad Saeed; LIMA, Patrícia Verônica Pinheiro Sales; ROCHA, Leonardo Andrade; SOUSA, Marina Rocha de. Distribuição espacial da desigualdade de gênero no Brasil. **Revista Internacional Interdisciplinar**, Florianópolis, v. 12, 2015, n. 1, p. 292-320. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5156828>. Acesso em: 08 maio 2022.

LIMA, Camila Rodrigues Neves de Almeida. Gênero, trabalho e cidadania: função igual, tratamento salarial desigual. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 26, 2018, n. 3, p. 1-20. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/47164>. Acesso em: 18 nov. 2021.

LUCCA, Livia Maria; OLIVEIRA, Maria Clara de Neto Sales. PINK TAX NO BRASIL: Investigações preliminares. **Ética, Direito e Alteridade**. Belo Horizonte, v. 6, 2021, n. 11, p. 236-246. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/virtuajus/article/view/28010/19369>. Acesso em: 19 mar. 2022.

LUPION, Bruno. “**Desigualdade de gênero nos tributos precisa ser revista**”. DW Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/desigualdade-de-g%C3%AAnero-no-sistema-tribut%C3%A1rio-precisa-ser-revista/a-55998414>. Acesso em: 21 maio 2022.

MARIANO, Fábio. **Taxa Rosa**. ESPM, 2018. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/wp-content/uploads/2018/07/TAXA-ROSA-GENERO-1.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2021.

MARIMPIETRI, Flávia. Pink Tax e o Direito das Consumidoras. **Revista Direito UNIFACS – Debate Virtual**, Salvador, 2017, n. 206, p. 1-4. Disponível em: <https://revistas.unifacs.br/index.php/redu/article/view/4971>. Acesso em: 20 maio 2022.

MENDES, Francine. **Imposto rosa: a saia justa da mulher!** Forbes, 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-mulher/2020/02/imposto-rosa-a-saia-justa-da-mulher/>. Acesso em: 10 jan. 2022.

MENDONÇA, Renata. **Vítima na infância estimula milhares de denúncias de #PrimeiroAssédio após polêmica do MasterChef.** Portal G1, 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/10/vitima-na-infancia-estimula-milhares-de-denuncias-de-primeiroassedio-apos-polemica-do-masterchef.html>. Acesso em: 15 nov. 2021.

MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais. Recurso Ordinário Constitucional nº 0011621-10.2017.5.03.0092. Tribunal Regional do Trabalho da 3ª Região. Relator: Paulo Chaves Corrêa Filho. Julgado em 04 maio 2021. Disponível em: <https://pje-consulta.trt3.jus.br/consultaprocessual/detalhe-processo/0011621-10.2017.5.03.0092/2#11a22f1>. Acesso em: 25 jan. 2022.

MIRAGEM, Bruno. **Discriminação no consumo vai além dos ingressos para mulheres em festas.** Conjur, 2017. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2017-jul-05/garantias-consumo-discriminacao-consumo-alem-ingressos-mulheres-festas>. Acesso em: 14 dez. 2021.

MORAIS, José Luis Bolzan de; STRECK, Lênio Luiz. Art. 3º Constituem Objetivos Fundamentais da República Federativa do Brasil. *In: CANOTILHO, J.J Gomes et al. Comentários à Constituição do Brasil.* 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

MOURA, Roldão Alves de. Consumo ou consumismo? Uma necessidade humana. **Revista da Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo**, São Paulo, v. 24, 2018, n. 1, p. 01-14. Disponível em: http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_boletim/bibli_bol_2006/Rev-FD-SBC_v.24_n.1.01.pdf. Acesso em: 27 dez. 2021.

NASCIMENTO, Janaína Xavier. Políticas públicas e desigualdade de gênero na sociedade brasileira: considerações sobre os campos do trabalho, da política e da ciência. **Mediações – Revista de Ciências Sociais**, Londrina, v. 21, 2016, n. 1, p. 317-337. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/20885>. Acesso em: 16 nov. 2021.

NERIS, Brenda Borba dos Santos. Políticas fiscais e desigualdade de gênero: análise da tributação incidente nos absorventes femininos. **Revista Fides**, Rio Grande do Norte, v. 11, 2020, n. 2, p. 743-759. Disponível em: <http://revistafides.ufrn.br/index.php/br/article/view/533/541>. Acesso em: 02 abr. 2022.

OLIVEIRA, Débora Biniz; RICCO, Adriana Sartório. A influência do marketing e o comportamento da consumidora no processo de compra de produtos com taxa rosa. **Revista Espaço e Tempo Midiáticos**, Tocantins, v. 2, 2017, n. 1, p. 111-126. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/midiaticos/article/view/3794/11468>. Acesso em: 14 dez. 2021.

ONU MULHERES BRASIL. **Sobre a ONU Mulheres**. Disponível em: <https://www.onumulheres.org.br/onu-mulheres/sobre-a-onu-mulheres/>. Acesso em: 20 maio 2022.

PALACCE, Jamile Marinho. A mulher na propaganda: um olhar sobre os arquétipos femininos nas produções publicitárias. In: GONÇALVES, Elizabeth Moraes; TARSITANO, Paulo Rogério (Orgs.). **Publicidade no plural**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2011, p. 34-43. Disponível em: http://portal.metodista.br/comunicacao/publicacoes/arquivos/publicidade_no_plural.pdf. Acesso em: 27 dez. 2021.

PEDRO, Joana Maria. O feminismo de “segunda onda”. In: PEDRO, Joana Maria; PINSKY, Carla Bassanezi (Coord.). **Nova história das mulheres**. São Paulo: Editora Contexto, 2012, p. 238-256.

PISCITELLI, Tathiane *et al.* **Reforma Tributária e Desigualdade de Gênero**. São Paulo: FGV, 2020, p. 01-42. Disponível em: https://direitosp.fgv.br/sites/default/files/2021-09/reforma_e_genero_-_final_1.pdf. Acesso em: 14 dez. 2021.

REIS, Ana Regina Gomes dos. **Do segundo sexo a segunda onda: discursos feministas sobre a maternidade**. 2008. Dissertação. (Mestrado em Filosofia e Ciências Humanas) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia – UFBA, Salvador. Orientador: Profa. Dra. Cecília Maria Bacellar Sardenberg. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/6436>. Acesso em: 15 nov. 2021.

REZENDE, Mirela Faleiros. **GÊNERO, FINANÇAS PÚBLICAS E DIREITOS HUMANOS: o inventário das ausências**. 2019. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Goiás – UFG, Goiânia. Orientador: Prof. Dr. Francisco Mata Machado Tavares. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/tede/bitstream/tede/10494/5/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20-%20Mirela%20Faleiros%20Rezende%20-%202019.pdf#page86>. Acesso em: 19 maio 2022.

ROCHA, Isabelle Resende Alves. **GÊNERO, DIREITO TRIBUTÁRIO E IMPOSTO DE RENDA DA PESSOA FÍSICA: aspectos sobre a influência da tributação nas desigualdades entre homens e mulheres**. 2020. Dissertação. (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte. Orientador: Prof. Dr. Marciano Seabra de Godoi. Disponível em: http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Direito_IsabelleResendeAlvesRocha_8274.pdf. Acesso em: 17 nov. 2021.

ROCHA, Isabelle. **Tributação e gênero: como o Imposto de Renda da Pessoa Física altera as desigualdades entre homens e mulheres**. Belo Horizonte: Editora Dialética, 2021.

RODRIGUES, Isabelle de Assunção; SOARES, Dennis Verbicaro. A PARTICIPAÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO E NAS RELAÇÕES

DE CONSUMO: contradições e desigualdade de gênero. **Revista da Faculdade Mineira de Direito**, Minas Gerais, v. 24, 2021, n. 47, p. 142-161. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/Direito/article/view/25999/18187>. Acesso em: 14 dez. 2021.

RUEDIGER, Marco Aurélio. **Existe taxa rosa no Brasil? Incidência da discriminação de gênero em produtos de varejo online**. Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2020. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/30152?show=full>. Acesso em: 02 abr. 2022.

SENADO FEDERAL. **Projeto de Lei nº 950, de 2021**. Atividade Legislativa. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/147570>. Acesso em: 23 maio 2022.

SILVA, José Afonso. **Curso de direito constitucional positivo**. 25. ed. São Paulo: Malheiros, 2005.

SOUZA, Sandra Duarte de. Educação, trabalho e socialização de gênero: quando ser mulher pesa mais na balança da desigualdade social. **Revista Educação & Linguagem**, São Paulo: v. 11, 2008, n.18, p. 170-185. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/EL/article/view/113/123>. Acesso em: 11 nov. 2021.

STOTSKY, Janet Gale. Como os sistemas tributários tratam diferentemente homens e mulheres. **Revista Finanças & Desenvolvimento**, São Paulo, v. 17, 1997, n. 1, p. 28-31. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/fdesenvolvimento/article/view/63861>. Acesso em: 19 maio 2022.

TEIXEIRA, Daniel Viana. Desigualdade de gênero: sobre garantias e responsabilidades sociais de homens e mulheres. **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 11, 2010, n. 1, p.253-274. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/revdireitogv/article/view/24226/22990>. Acesso em: 15 nov. 2021.

TV GLOBO. **Justiça determina a inclusão de homens trans em programa de distribuição de absorventes da Prefeitura de SP**. G1, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/05/12/justica-determina-a-inclusao-de-homens-trans-em-programa-de-distribuicao-de-absorventes-da-prefeitura-de-sp.ghtml>. Acesso em: 22 maio 2022.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Tradução: Waldéa Barcellos. 16. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2021.