

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO PAULO - SP

DIREITO TRIBUTÁRIO E FINANCEIRO II

ANA PAULA BASSO

RAYMUNDO JULIANO FEITOSA

FABIO FERNANDES NEVES BENFATTI

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

Diretoria - CONPEDI

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

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

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

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

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

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

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

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

Conselho Fiscal:

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

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

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

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

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

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Cláudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

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

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

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

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

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

Relações Internacionais para o Continente Americano:

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

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

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

Relações Internacionais para os demais Continentes:

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

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

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

Educação Jurídica

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

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

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

Eventos:

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

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

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

Comissão Especial

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

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

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

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito tributário e financeiro I[Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Jonathan Barros Vita, Liane Francisca Hüning Pazinato, Antônio Carlos Diniz Murta – Florianópolis: CONPEDI, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-316-9

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

Tema: Os Caminhos Da Internacionalização E O Futuro Do Direito

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

CDU: 34

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO PAULO - SP

DIREITO TRIBUTÁRIO E FINANCEIRO II

Apresentação

DIREITO TRIBUTÁRIO E FINANCEIRO II

APRESENTAÇÃO

O Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito (CONPEDI) tem a satisfação de anunciar a realização do seu XXXII Congresso Nacional, que ocorreu entre os dias 26, 27 e 28 de novembro de 2025, na cidade de São Paulo, tendo como instituição anfitriã a Universidade Presbiteriana Mackenzie. “Os caminhos da internacionalização e o futuro do Direito” — reflete os desafios e as oportunidades de um mundo em profunda transformação. A proposta é um convite à reflexão em um momento histórico marcado pela intensificação das interconexões globais — econômicas, políticas, culturais e tecnológicas — que tensionam as fronteiras tradicionais dos Estados e colocam o Direito diante de novas exigências e dilemas.

A SUBSTITUIÇÃO DO ICMS E DO ISS PELO IBS NA REFORMA TRIBUTÁRIA, Liane Francisca Hüning Pazinato, Vinicius Ruas Duarte, Os impactos da Reforma Tributária no cenário nacional, com ênfase nas alterações relativas ao ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) e ao ISS (Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza), que serão substituídos pelo IBS (Imposto sobre Bens e Serviços). A pesquisa busca examinar os reflexos e implicações dessas mudanças no campo do direito tributário. O desenvolvimento do estudo foi estruturado em quatro etapas. Na primeira, são apresentadas noções gerais sobre o ICMS, abordando aspectos como seu fato gerador, base de cálculo e alíquota. Na segunda etapa, analisam-se os mesmos elementos no contexto do ISS, com foco na sua estrutura normativa e funcional. A terceira etapa é dedicada à Reforma Tributária propriamente dita, a qual propõe a substituição do ICMS e do ISS pelo IBS, com o objetivo de promover maior simplicidade e eficiência ao sistema tributário nacional. Por fim, na última etapa, discorrem-se as principais características do IBS, incluindo seu fato gerador, base de cálculo e alíquotas previstas.

A REFORMA TRIBUTÁRIA DE 2023 E O PACTO FEDERATIVO: EQUILÍBRIO OU RECENTRALIZAÇÃO DO PODER FISCAL? Ane Caroline dos Santos. Os impactos da Emenda Constitucional nº 132/2023 sobre o pacto federativo brasileiro, a partir da tensão entre uniformidade tributária e autonomia dos entes federados. Compreender até que ponto a

simplificação e padronização do sistema podem ocorrer sem comprometer a autonomia assegurada pela Constituição de 1988 a Estados e Municípios. A reforma representa apenas centralização ou se também oferece oportunidades de modernização administrativa e justiça social, além de objetivos específicos como examinar a trajetória histórica do federalismo fiscal, discutir os riscos da uniformidade excessiva e identificar potenciais efeitos da mudança legislativa. Os resultados indicam que a EC nº 132/2023 promove avanços relevantes em simplificação administrativa, transparência e redução da regressividade, mas também impõe limites à liberdade de Estados e Municípios na formulação de políticas próprias. A uniformidade deve ser entendida como mecanismo de coordenação e não de centralização absoluta, de modo que a efetividade da reforma dependerá da maneira de implementação e da preservação de espaços mínimos de autonomia local.

OS COSTUMES COMO FONTE DO DIREITO: UMA ANÁLISE FILOSÓFICA DOS COSTUMES E SUA INCAPACIDADE DE GERAR NORMAS À LUZ DO CONSTRUCTIVISMO LÓGICO-SEMÂNTICO. Jorge Bezerra Ewerton Martins , Vinícius Vieira , Diogo de Almeida Viana dos Santos. A classificação dos costumes em sua valoração no campo jurídico, seja enquanto veículos introdutores de normas, seja enquanto normas já incorporadas ao ordenamento. Busca-se compreender em quais momentos e em que medida os costumes exercem influência sobre o direito positivo, atravessando a normatividade e condicionando sua eficácia. Parte-se da premissa de que há normas criadas para alterar ou suprimir costumes, assim como existem costumes capazes de transformar e ressignificar normas já estabelecidas. Tradicionalmente, a doutrina identifica os costumes como fontes do direito, porém o problema central da investigação reside em reavaliar essa condição à luz da teoria construtivista, especialmente no âmbito do Constructivismo Lógico-Semântico. Verificar se os costumes devem ser efetivamente considerados fontes do direito, analisando sua evolução histórica, sua posição na doutrina contemporânea e sua aplicação específica no direito tributário. Pretende-se, ainda, avaliar a relevância pragmática dos costumes no processo de criação normativa, examinando seu papel não apenas como elemento de conservação ou tradição, mas também como fator dinâmico de inovação jurídica.

JUSTIÇA FISCAL E EMOÇÕES: UM OLHAR SOBRE OS SENTIMENTOS DOS CONTRIBUINTES ANTE A TRIBUTAÇÃO. Tatiana Maria Guskow , Luciano Rosa Vicente , Liziane Paixao Silva Oliveira. O sujeito passivo tributário na qualidade de pessoa dotada de sentimentos, de modo a favorecer reflexões sobre políticas públicas de incentivo ao adimplemento tributário. Outrora, o paradigma da racionalidade humana, apartada de emoções, ensejou a elaboração de um sistema jurídico-tributário essencialmente punitivo, sendo a sanção o único mecanismo preventivo e repressivo do descumprimento das normas de conduta. Todavia, a inadimplência tributária no Brasil é elevada, beirando patamares de

30% dos valores devidos anualmente. Essa marca prejudica a idealizada justiça fiscal, pois os sujeitos pagadores pagam por si e por aqueles que se evadem. Se todos contribuíssem em suas proporções, os ônus poderiam ser reduzidos. Por meio de análise bibliográfica multidisciplinar, buscou-se identificar o processo mental de tomada de decisões sobre o cumprimento ou descumprimento de normas jurídicas, do que se inferiu a forte presença de sentimentos, sendo a culpa o gatilho propulsor da honestidade. Em uma ponderação de valores internos, o sentimento de culpa pode, porém, ser neutralizado por outros sentimentos decorrentes de experiências, percepções e emoções arquivadas na memória. O fortalecimento da moralidade tributária dos indivíduos poderia contribuir para mitigar sentimentos negativos e desenvolver sentimentos positivos, o que geraria uma relação mais próxima e respeitosa entre o Estado e os contribuintes, como forma de fomentar o adimplemento tributário e alcançar a justiça fiscal.

O CASHBACK DA REFORMA TRIBUTÁRIA E A CONCRETIZAÇÃO DA JUSTIÇA FISCAL NO BRASIL: UMA ANÁLISE DA LEI COMPLEMENTAR Nº 214/2025 À LUZ DOS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS TRIBUTÁRIOS. Iriana Custodia Koch , Fabiano Pires Castagna. O sistema tributário brasileiro caracteriza-se por sua complexidade e regressividade, onerando desproporcionalmente as famílias de baixa renda. A Emenda Constitucional nº 132/2023, ao instituir o Imposto sobre Valor Agregado dual (IBS e CBS), elevou o mecanismo do cashback a instrumento constitucional de justiça fiscal. Este artigo analisa criticamente a Lei Complementar nº 214/2025, responsável por regulamentar a devolução de tributos sobre o consumo, sob a ótica dos princípios constitucionais tributários e dos objetivos fundamentais da República, como a dignidade da pessoa humana e a erradicação da pobreza. Avaliando a compatibilidade do modelo com os princípios constitucionais, seus critérios de elegibilidade, formas de restituição, mecanismos de controle e competências federativas. Também são consideradas experiências estaduais, como o programa “Devolve ICMS” do Rio Grande do Sul, e internacionais, que serviram de inspiração ao modelo brasileiro. Conclui-se que, embora represente avanço normativo relevante, a operacionalização do cashback demanda monitoramento e aprimoramentos para mitigar riscos de focalização e garantir sua eficácia redistributiva.

DEMOCRACIA CARIMBADA E O ORÇAMENTO SECRETO: O DESMONTE SILENCIOSO DA TRANSPARÊNCIA NO BRASIL. Gustavo Davanço Nardi. Examina, de forma crítica e interdisciplinar, o papel das emendas parlamentares no orçamento público brasileiro, com ênfase nas emendas de relator-geral (RP-9), popularmente conhecidas como “orçamento secreto”. Partindo da análise histórico-normativa desde a Constituição de 1988 até as recentes Emendas Constitucionais, o estudo identifica impactos significativos sobre os princípios da transparência, moralidade, impessoalidade e eficiência administrativa. Introduz-

se o conceito de “democracia carimbada”, que descreve um modelo de alocação de recursos públicos orientado por interesses políticos individuais e desvinculado de critérios técnicos claros, comprometendo o planejamento estatal e a justiça fiscal. O trabalho dialoga com a jurisprudência do Supremo Tribunal Federal, destacando as decisões paradigmáticas na ADPF 850 e na ADI 7.697, que estabeleceram parâmetros para a rastreabilidade, publicidade e controle social da execução orçamentária. Utilizando abordagem qualitativa, pesquisa bibliográfica e documental, o estudo propõe diretrizes jurídicas para reconstruir um processo orçamentário alinhado ao interesse público, fortalecendo a accountability, a participação social e o pacto federativo. Busca-se, assim, contribuir para a consolidação de um modelo de gestão fiscal que assegure a efetividade dos direitos fundamentais e promova um desenvolvimento nacional mais equilibrado e sustentável.

A TRIBUTAÇÃO DA RENDA NA DISSOLUÇÃO PARCIAL DE SOCIEDADE. Flávio Couto Bernardes , Tania de Cassia Linhares , Larissa Galvão Arruda Costa. Tem por escopo analisar o tratamento tributário dado à devolução de participação societária por meio de bens, direitos e valores ao sócio dissidente em uma dissolução parcial de sociedade, tanto da perspectiva da pessoa física, quanto da pessoa jurídica, à luz do entendimento adotado pela Coordenação-Geral de Tributação na Solução de Consulta Cosit n. 131, de 2016, e à luz da jurisprudência. Identificar as dissonâncias na interpretação da legislação tributária e explorar a correta classificação dos componentes do patrimônio líquido de uma empresa por ocasião da dissolução parcial de uma sociedade, a fim de se definir: o que, como e qual será a carga tributária incidente sobre os bens e direitos devolvidos ao sócio dissidente.

TRIBUTAÇÃO COMO INFRAESTRUTURA DA SUSTENTABILIDADE: REFORMA E CAMINHOS FUTUROS. Fernanda Ramos Konno , Enliu Rodrigues Taveira , Lídia Maria Ribas. A crescente demanda por justiça social exige a revisão do papel do sistema tributário como instrumento de desenvolvimento sustentável. Portanto, o artigo analisa a tributação como infraestrutura, para além de sua função arrecadatória, da implementação de políticas públicas voltadas à sustentabilidade no século XXI. Concepção de que os tributos são elementos estruturantes da Constituição Econômica e Financeira, articulando arrecadação, justiça distributiva e proteção ambiental. Em diálogo com teorias clássicas e contemporâneas, discute-se a função extrafiscal da tributação e o financiamento público da sustentabilidade. Examina-se também a Reforma Tributária brasileira, inaugurada pela Emenda Constitucional n. 132/2023 e regulamentada pela Lei Complementar n. 214/2025, destacando inovações normativas e desafios de implementação. Por fim, considera-se que a tributação deve ser, sim, entendida como infraestrutura da sustentabilidade, em especial ao considerar que a

reforma tributária (EC 132/2023 e LC 214/2025) sinaliza avanços ao incorporar princípios como simplicidade, progressividade e sustentabilidade, com seus resultados dependentes da forma como a legislação infraconstitucional será aplicada.

A DIMENSÃO DE GÊNERO NA TRIBUTAÇÃO: REFLEXÕES SOBRE A PINK TAX NO CONTEXTO BRASILEIRO. Frank Aguiar Rodrigues. A incidência da Pink Tax no contexto da tributação de produtos voltados para mulheres. Com as transformações sociais e econômicas que redefinem o papel feminino, observa-se uma disparidade nos custos de bens e serviços destinados ao público feminino, caracterizando o fenômeno conhecido como Pink Tax. A parte teórica investiga como a tributação, muitas vezes pautada na classificação de não essencialidade dos produtos, contribui para o aumento dos preços de itens de higiene e beleza. Explora-se a relação entre a definição de essencialidade e a tributação diferenciada, evidenciando desigualdades de gênero no sistema tributário. As fontes foram selecionadas por meio de triagens online em plataformas como Google Scholar, periódicos acadêmicos, sites jurídicos e livros físicos. Realizou-se ainda uma análise comparativa qualitativa das alíquotas de IPI e ICMS incidentes sobre um rol de produtos, revelando que aqueles consumidos predominantemente por mulheres são, em geral, tributados com alíquotas superiores. O estudo também aborda a construção social da beleza como fator que influencia a tributação desses produtos, reforçando a necessidade de revisão dos princípios constitucionais tributários à luz da igualdade de gênero.

IMUNIDADE TRIBUTÁRIA DOS TERREIROS DE CANDOMBLÉ E A INTERNACIONALIZAÇÃO DA LIBERDADE RELIGIOSA. Eliza Remédio Alecrim , Iara Pereira Ribeiro , Rafael Kaue Feltrim Oliveira. A internacionalização da liberdade religiosa constitui vetor fundamental para a interpretação contemporânea do direito brasileiro, especialmente diante da proteção conferida pela Constituição de 1988 e pelos tratados internacionais de direitos humanos, como o Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos (1966) e a Convenção Americana de Direitos Humanos (1969). O trabalho analisa a aplicação da imunidade tributária, assegurada aos templos de qualquer culto aos terreiros de candomblé, considerando suas peculiaridades. Parte-se do pressuposto de que a gestão tributária deve alcançar não apenas as entidades com fins lucrativos, mas também aquelas cuja finalidade principal não envolva lucros, como as instituições religiosas. Observou-se que a jurisprudência tende a reconhecer a imunidade em favor dos terreiros, especialmente em relação ao espaço físico destinado às práticas religiosas, à transmissão oral e às atividades culturais associadas. Verificou-se, ainda, que determinadas atividades complementares tem sido abrangidas por essa imunidade, embora subsistam debates quanto à extensão da proteção. Os resultados sugerem que a aplicação da imunidade aos terreiros vem se consolidando no plano jurisprudencial, em convergência com a ordem constitucional e os

compromissos internacionais assumidos pelo Brasil. Esse processo reforça a efetividade da liberdade religiosa em sua dimensão internacionalizada, embora persistam desafios interpretativos e práticos que demandam análise contínua da temática.

Ana Paula Basso. UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA. anapaula.basso@gmail.com

Raymundo Juliano Feitosa. Universidade Católica de Pernambuco. raymundojf@gmail.com

Fabio Fernandes Neves Benfatti Universidade do Estado de Minas Gerais. benfatti@hotmail.com

A DIMENSÃO DE GÊNERO NA TRIBUTAÇÃO: REFLEXÕES SOBRE A PINK TAX NO CONTEXTO BRASILEIRO

THE GENDER DIMENSION IN TAXATION: REFLECTIONS ON THE PINK TAX IN THE BRAZILIAN CONTEXT

Frank Aguiar Rodrigues ¹

Resumo

Este estudo analisa a incidência da Pink Tax no contexto da tributação de produtos voltados para mulheres. Com as transformações sociais e econômicas que redefinem o papel feminino, observa-se uma disparidade nos custos de bens e serviços destinados ao público feminino, caracterizando o fenômeno conhecido como Pink Tax. A parte teórica investiga como a tributação, muitas vezes pautada na classificação de não essencialidade dos produtos, contribui para o aumento dos preços de itens de higiene e beleza. Explora-se a relação entre a definição de essencialidade e a tributação diferenciada, evidenciando desigualdades de gênero no sistema tributário. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica qualitativa, com recorte temporal de até cinco anos. As fontes foram selecionadas por meio de triagens online em plataformas como Google Scholar, periódicos acadêmicos, sites jurídicos e livros físicos. Realizou-se ainda uma análise comparativa qualitativa das alíquotas de IPI e ICMS incidentes sobre um rol de produtos, revelando que aqueles consumidos predominantemente por mulheres são, em geral, tributados com alíquotas superiores. O estudo também aborda a construção social da beleza como fator que influencia a tributação desses produtos, reforçando a necessidade de revisão dos princípios constitucionais tributários à luz da igualdade de gênero. Fundamenta-se em autores como Avero (2018), Barreto (2010), Barros (2020), Fernandez (2021), Kotler (2018), Schoueri (2025) entre outros.

Palavras-chave: Pink tax, Tributação de gênero, Desigualdade fiscal, Produtos femininos, Sistema tributário brasileiro

Abstract/Resumen/Résumé

This study analyzes the incidence of the Pink Tax in the context of taxation on products targeted at women. As social and economic changes redefine the role of women, a disparity emerges in the cost of goods and services aimed at the female public, characterizing the phenomenon known as the Pink Tax. The theoretical section investigates how taxation—often based on the classification of products as non-essential—contributes to the increased prices of hygiene and beauty items. It explores the relationship between the concept of essentiality and differentiated taxation, highlighting gender inequality within the tax system. The methodology used was qualitative bibliographic research, with a time frame limited to the last five years. Sources were selected through online searches on platforms such as

¹ Doutor, mestre e especialista em Direito, professor da UESPI, coordenador de grupos de pesquisa e extensão, advogado. E-mail: frankrodrigues@cte.uespi.br

Google Scholar, academic journals, legal websites, and physical books. A qualitative comparative analysis was also conducted on IPI and ICMS tax rates applied to a selection of products, revealing that items predominantly consumed by women are generally subject to higher tax rates. The study further examines the social construction of beauty as a factor directly influencing the taxation of such products, reinforcing the need to reassess constitutional tax principles in light of gender equality. The research is based on authors such as Avero (2018), Barreto (2010), Barros (2020), Fernandez (2021), Kotler (2018), Schoueri (2025), among others.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Pink tax, Gender taxation, Fiscal inequality, Female-oriented products, Brazilian tax system

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos séculos, o mundo passou por transformações que trouxeram avanços tecnológicos, mudanças culturais e novos padrões nas relações entre homens e mulheres. As pautas de gênero ganharam destaque, e o mercado de trabalho passou a exigir das mulheres posturas profissionais específicas. Isso contribuiu para a valorização da mulher e a ampliação da percepção de igualdade nas relações sociais.

Diante dessas mudanças, foi necessário criar princípios e normas para corrigir desigualdades. No entanto, o universo feminino ainda é analisado sob uma ótica masculina, o que é explorado pela indústria e pelo comércio. Isso revela como o capitalismo utiliza os produtos voltados ao público feminino como forma de tributação diferenciada, gerando desigualdades econômicas.

Nesse cenário, observa-se uma diferença de preços entre produtos semelhantes destinados a públicos distintos, o que revela uma política comercial que encarece itens femininos. Esse fenômeno, chamado de *Pink Tax*, resulta tanto de estratégias empresariais por lucro quanto de políticas governamentais de tributação.

Esse tema é importante para os debates feministas e fiscais, pois a cobrança adicional sobre produtos para mulheres impacta diretamente seu consumo, ainda que muitas não percebam esse efeito no cotidiano.

No Direito Tributário, a tributação leva em conta a essencialidade dos produtos, sendo os menos essenciais mais onerados. Isso agrava a *Pink Tax* no Brasil, já que itens importantes para as mulheres são muitas vezes classificados como supérfluos, resultando em maiores encargos tributários.

O problema central do trabalho é questionar o modelo de tributação vigente no Brasil em relação à *Pink Tax*, utilizando dados estatísticos, análises críticas e bibliografia nacional e internacional para compreender a desigualdade no sistema tributário brasileiro.

O estudo propõe analisar como as desigualdades de gênero influenciam os custos dos produtos e como essas questões foram ignoradas na elaboração da Constituição Federal e das normas infraconstitucionais, sugerindo uma revisão crítica do sistema tributário à luz da desigualdade de gênero.

A primeira parte trata dos conceitos e origens da *Pink Tax*, mostrando sua relevância na discriminação de gênero e comparando os hábitos de consumo femininos e masculinos, além de introduzir o conceito de *Tampon Tax* e os reflexos nas políticas tributárias globais.

Na segunda parte, analisa-se como se formou o mercado de produtos voltados às mulheres, revelando que muitos itens foram considerados de luxo, o que influenciou tanto seus preços quanto sua tributação.

A terceira seção examina a renda feminina, geralmente inferior à masculina, e como a pressão para manter uma boa aparência exige o consumo de produtos e serviços mais caros, agravado por uma carga tributária elevada.

A quarta seção discute a imposição de padrões de beleza e sua ligação com a autoestima e a dignidade da pessoa humana, apontando que produtos vistos como supérfluos são, na verdade, essenciais para que mulheres ocupem espaços sociais e profissionais.

A quinta seção aborda os princípios constitucionais que contribuem para a desigualdade na tributação de produtos consumidos por mulheres, demonstrando que pessoas de baixa renda, especialmente mulheres, são mais afetadas pela carga tributária em itens essenciais.

Por fim, conclui-se que, apesar do discurso de igualdade de gênero, a prática revela desigualdade tributária impulsionada pela seletividade sem critérios claros sobre o que é supérfluo, o que permite à indústria, ao comércio e ao Estado manterem uma tributação elevada sobre itens básicos do consumo feminino.

2 PINK TAX NO MUNDO

Pink Tax é uma expressão construída a partir da ideia libertária das mulheres e da percepção da discriminação exercida na comercialização de bens e serviços direcionados ao público feminino. O termo *Pink Tax* foi cunhado para se referir a um fenômeno que decorre dessa discriminação de gênero em relação aos custos dos produtos utilizados pelas mulheres. Vale ressaltar que, ao comparar produtos masculinos e femininos, estudos indicam que os produtos destinados às mulheres tendem a ser mais dispendiosos do que os destinados aos homens. A partir dessa percepção empírica, surgiram pesquisas para comprovar a realidade do fenômeno.

Essa nomenclatura foi construída originalmente na literatura americana e se firmou a partir de estudos realizados na década de noventa, especialmente no Estado da Califórnia. Ressalte-se que, embora o estudo seja da década de 1990, a questão da luta das mulheres por situações de desigualdade é bem antiga. Ninguém pode esquecer seu alicerce histórico originário a partir das lutas das mulheres por melhor espaço, melhor renda, melhor qualidade de vida, seja nas greves das costureiras em 1918, seja em reivindicações mais recentemente dos movimentos feministas, pelo direito ao sufrágio universal e outros direitos.

Em relação especificamente à *Pink Tax*, a Assembleia Estadual da Califórnia realizou dois estudos sobre o assunto, um deles apresentado em *Harvard Law Review* (1996). Esses estudos produzidos identificaram que muitos produtos destinados às mulheres tinham acréscimos em torno de 40% (quarenta por cento) pela simples

destinação de público. O estudo identificou que o acréscimo decorria de uma política do comércio e da indústria que tinha como alvo o mercado consumidor feminino. As empresas perceberam que esse mercado tinha potencial de pagar maiores valores e assim possibilitar a maiores lucros (Ruediger, 2020).

Pesquisas realizadas em lojas de departamento em Sacramento, Califórnia, revelaram que mulheres frequentemente pagavam por serviços oferecidos gratuitamente a homens. Essa constatação motivou a primeira normatização sobre a *Pink Tax* nos Estados Unidos, entendida como a cobrança mais elevada sobre produtos destinados ao público feminino. Na época, não se tratava especificamente de tributação, mas do custo geral desses produtos em comparação aos masculinos. Em 1995, a Califórnia aprovou o *Gender Tax Repeal Act*, proibindo a discriminação de gênero nos preços de serviços no estado (Yazicioğlu, 2018).

Um estudo de Marco Aurélio Ruediger (2020), da FGV, destaca a pesquisa conduzida pelo Departamento de Assuntos do Consumidor de Nova Iorque (NYCDCA), publicada em 2015. O levantamento comparou cerca de 800 produtos em 24 lojas de cinco setores industriais. A pesquisa, de caráter institucional e imparcial, confirmou a existência de discriminação de gênero nos preços de produtos destinados às mulheres, evidenciando a *Pink Tax* e gerando ampla repercussão na mídia.

A repercussão do estudo do Departamento nova-iorquino gerou frutos significativos para a luta pela igualdade de gênero, engendrando várias leis que regulamentavam as questões relacionadas à *Pink Tax* como um símbolo emblemático de alcance global. Esse debate impactou o Reino Unido, onde a Fawcett Society conduziu uma pesquisa. Nesse estudo constatou-se também no país uma nítida discrepância nos produtos destinados ao público feminino em relação ao masculino (Ruediger, 2020).

Na Inglaterra e nos Estados Unidos passou-se a se consolidar a ideia da expressão *Pink Tax* como algo que espelha a discriminação, referindo-se a uma política realizada pela indústria e pelo comércio na fixação de preços para os produtos destinados as mulheres. No Brasil, o debate chegou na esteira dos custos dos absorventes femininos, mas ainda é muito tímida a discussão em relação aos demais produtos consumidos por mulheres.

Importante frisar que, segundo autores americanos, embora exista toda essa legislação, na prática ainda persiste a diferenciação de preços de produtos para as mulheres. Uma busca pela redução de custos dos produtos femininos, nos Estados Unidos, deu-se pela reivindicação de diminuição dos impostos incidentes sobre produtos de higiene e beleza. O fenômeno de tributação desses produtos de higiene íntima feminina é designado de *Tampon Tax*.

Segundo Habbal (2020), o Quênia foi pioneiro ao tomar posição sobre a *Tampon*

Tax, ao determinar que produtos de higiene feminina são uma necessidade e isentá-los, no ano de 2004. Uma década depois, outros países seguiram o exemplo, como o Canadá, que em 2015 isentou esses produtos depois de uma petição *online* assinada por milhares de cidadãos e enviada ao parlamento. Em 2018, a Índia aboliu a taxa de 12% (doze por cento) aplicada a produtos íntimos femininos. Nesse caso, a mudança veio através de ativismo promovido por celebridades e grupos defensores da causa durante anos.

Colômbia e Austrália isentaram seus produtos de taxas de 5% (cinco por cento) e 10% (dez por cento) em 2018 e 2019, respectivamente. Na Alemanha, os itens sanitários eram considerados itens de luxo; portanto, recaía sobre eles a taxa de 19% (dezenove por cento). Em primeiro de janeiro de 2020 esses itens foram reclassificados como comuns, agora incidindo-lhes taxa de 7% (sete por cento) (Habbal, 2020).

Dessa maneira, essa política da indústria e comércio na definição de valores dos produtos para as mulheres contribui para a ampliação da desigualdade nas oportunidades disponíveis para homens e mulheres, pois é esperado que os homens se apresentem sem a necessidade de tantos refinamentos e cuidados. Uma possível origem para a discriminação é a herança cultural de uma época em que as mulheres eram tratadas apenas como propriedade de homens, que detinham poder sobre elas. A esse respeito, Ehlers (2022, p. 29) argumenta que:

Este histórico é o que validaria a existência de tantas outras injustiças, como a taxação de absorventes como artigos de luxo e as diferenças salariais, além disso, a sobretaxação da feminilização deriva das normas culturais da sociedade que colocam as mulheres dentro de uma cadeia de consumo muito específica, como forma de afirmar o pertencimento ao gênero feminino.

No estudo empírico realizado por Fernandez e Silva (2023), foram observados os preços ofertados por salões de beleza e lavanderias, onde o mesmo serviço era prestado para ambos os gêneros. No entanto, houve diferença de 64% (sessenta e quatro por cento) a mais no valor aplicado para as consumidoras por um simples corte de cabelo, e, para o serviço de lavagem de roupas, o preço pago por mulheres era 3,26% (três inteiros e vinte e seis centésimos por cento) maior que o pago por homens para lavagem e secagem de camisas, blazers e calças. Ainda segundo as autoras, os resultados são compatíveis com os resultados encontrados em outros países como Estados Unidos e Alemanha, evidenciando a existência global da prática.

Segundo Silva (2020), o consumo feminino é maior que o masculino devido à disponibilidade e variedade de produtos voltados a mulheres e ao padrão que lhes é exigido socialmente. Mesmo diante da evidente influência dos produtos de beleza como meio de aceitação e expressão utilizados por elas, esses ainda são relegados a uma

categoria de itens superficiais e menosprezados. Essa discriminação de preços é reconhecida pelas consumidoras, mesmo que elas não a chamem pelo nome de *Pink Tax*. Essa disparidade é encontrada inclusive em planos de saúde, visto que a mulher pode ter mais gastos devido à gravidez e em geral se preocupa mais com sua saúde (Ehlers, 2022). A persistência dessa “taxa escondida” precisa ser identificada para que o direito de igualdade seja respeitado.

A falta de legislação específica para essa prática no Brasil colabora para que a mesma seja conservada e normalizada pela sociedade. Nos Estados Unidos, o Conselho da Cidade de Nova York aprovou em 1998 uma lei que proíbe a disparidade de preços baseado no gênero do consumidor, aprovando a aplicação de multa a estabelecimentos que precificarem seus produtos e serviços com base no sexo de seus clientes (Ehlers, 2022).

Nos países desenvolvidos de cultura ocidental percebe-se, portanto, nítidos avanços em relação a essa questão da *Pink Tax*; porém, no restante do mundo o debate ainda é embrionário. Estados Unidos e Reino Unido já instituíram algumas normas direcionadas à proteção dos direitos das mulheres e inseriram na pauta dos direitos fundamentais o princípio da igualdade de gênero, inclusive nas definições de preços em função do consumidor destinatário dos produtos.

Vale salientar que existe todo um universo de produtos e serviços exclusivamente femininos e esses não podem ser comparados *a priori* com os masculinos realmente; contudo, não é aceitável que haja política empresarial e estatal visando obter maiores ganhos sobre produtos destinados às mulheres. Nesse contexto é necessário compreender esse universo feminino, e por que existe uma visão de que esses produtos podem ser mais caros que os demais. Na verdade, trata-se de um legado persistente transmitido por aqueles que exerciam o domínio econômico, social e cultural, como visto no tópico subsequente.

2.1 Produtos e Serviços do Universo Feminino

Na Idade Média, o universo de produtos femininos era restrito, limitado à realeza, que utilizava vestuário nobre e adornado. As mulheres comuns realizavam tarefas domésticas e rústicas, e produtos voltados a elas não eram explorados comercialmente. No final do século XIX, com as transformações sociais, esse cenário mudou: floresceram a literatura, a cultura e novos valores morais. A virada para o século XX marcou o surgimento de novos padrões estéticos femininos, como rostos pálidos e cinturas finas. Na França, esse período ficou conhecido como *La Belle Époque*, quando surgem produtos femininos mais variados e específicos.

Reinava a esperança por um futuro melhor, e o principal país que representava esse momento histórico era a França, de modo que a vida otimista e luxuosa da elite parisiense se consagrou como símbolo de progresso no imaginário popular. As mulheres obtiveram certas permissões em relação a seu corpo e sua identidade. Leis aprovadas permitiram certa independência às mulheres, como o direito de poder abrir contas em bancos, independente do aval de seus maridos. Porém, ainda que possuindo certas liberdades, a mulher era vista como um adorno, como exemplifica Amando Gens (2018, p. 52):

A mulher, a despeito dos movimentos de emancipação emergentes, é vista ainda como fonte de inspiração e não com produtora ou inventora. Ações de produção e invenção são para os homens como bem demonstra o poema “O sonho de Ícaro”, que incensa o inventor do aeroplano.

A mulher como fonte de inspiração apresentava certos comportamentos e portava certos adereços e vestimentas que marcavam seus corpos, a exemplo do espartilho. O destaque para o corpo magro, a cultura das celebridades e outros aspectos físicos, uso de joias, perfumes, chapéus e tecidos luxuosos pela elite, são símbolos destacados dessa época (Trápaga, 2020). Com as descobertas no mundo científico, vários minerais ganharam uso na área dos cosméticos, dentre eles o pó de giz branco, para o rosto ostentar palidez, utilizado por somente aqueles que possuíam regalias (Barros, 2020).

Por serem utilizados somente pela elite, esses produtos não eram acessíveis à mulher comum, trabalhadora, e eram vistos como produtos supérfluos. Os homens acompanhados de mulheres bem trajadas eram considerados homens de sucesso, ou seja, a bela e bem vestida mulher não representava seu próprio êxito profissional, mas sim o de seu marido, de seu amante ou de quem lhe sustentava. Todos aqueles adereços e vestimentas não representavam algo essencial, e como tal poderiam custar caro. Poderiam ter o preço elevado, pois seu uso era direcionado apenas à camada superior da sociedade, a elite, atrelando a quem usasse a vestimenta ou o produto uma ideia de superioridade.

A primeira grande pauta feminista constituiu-se com os movimentos em massa de mulheres em vários países no final do século XIX e início do século XX. Tais mulheres lutavam pela isonomia e pelo sufrágio (voto). É importante ressaltar que essa primeira onda deixa de apontar a riqueza das lutas de inúmeros grupos de mulheres daquele período, ou seja, enquanto mulheres brancas buscavam o direito ao voto e à isonomia, mulheres negras solicitavam direitos mínimos.

Já a segunda onda do feminismo se inicia na década de 1960 e vai até a década de 1980. Desta maneira, as mulheres buscam questionar sobre o objetivo de ser mulher e sobre a sua subordinação, propondo uma nova forma de concepção sobre liberdade e

igualdade.

No passado, mulheres usavam restos de tecidos para conter o fluxo menstrual, o que favorecia problemas de saúde relacionados à higiene precária. Os absorventes descartáveis surgiram após enfermeiras, durante a guerra, perceberem que a celulose absorvia melhor o sangue que as bandagens de pano. Assim, os primeiros absorventes modernos foram vendidos em 1918, mas não eram acessíveis à maioria das mulheres devido ao alto custo, conforme aponta Kotler (2018).

Na década de 1920, portanto, o universo de produtos femininos era representado pelo luxo, com a inclusão de bens de primeira necessidade, por exemplo, o absorvente. Entretanto, a indústria e o comércio buscaram a maximização de lucros e bons resultados para os seus sócios explorando esse mercado consumidor especializado. Assim, o nicho de produtos e serviços femininos cresceu lastreado e fundamentado em conceitos de mulheres-objeto do século passado, em que suas necessidades eram consideradas apenas como acessórias.

A partir do surgimento do mercado consumidor, se construiu uma expansão do universo feminino de produtos e serviços. Diante dessa nova faceta, as mulheres passaram a controlar sua renda e a indústria visualizou um mercado consumidor. Os produtos se aperfeiçoaram e os valores dos artigos femininos também passaram a ser vistos pela indústria como um grande filão de mercado.

Nesse mercado consumidor, os acréscimos de preço são motivados tanto por características específicas de gênero quanto pelo fato de os produtos serem voltados exclusivamente para mulheres. A disparidade se torna evidente ao comparar itens de uso diário para ambos os sexos. Em geral, produtos femininos, mesmo oferecendo os mesmos resultados e tendo maior demanda, apresentam preços mais altos. Maquiagens e cosméticos, amplamente usados por mulheres, tornaram-se componentes essenciais em sua rotina.

2.2 Renda e Mercado de Trabalho Feminino

Até recentemente, mulheres não podiam trabalhar fora de casa e gerar sua própria renda, perpetuando-se, assim, o domínio masculino sobre sua independência. Além disso, eram negados educação em todos os níveis, direito a voto e a possibilidade de serem consideradas como algo além de propriedade masculina. Somente através de movimentos sociais feministas essa realidade aos poucos foi sendo modificada, e a mulher foi reconhecida como ser de direitos, cidadã e independente (Dantas, 2023 e Schoueri, 2025).

Simone Wajnman e Ignez Perpétuo (1997, p. 123) colocam como uma das pautas de sua análise, com dados coletados, a emancipação da mulher no mercado de trabalho

no Brasil:

O crescimento histórico dos níveis e tendências de participação feminina no mercado de trabalho no Brasil é um fenômeno bastante conhecido (Paiva, 1986; Wajnman, 1991; Rios-Neto, Wajnman, 1997). De fato, se até a década de setenta, a taxa de participação das mulheres não ultrapassou o patamar dos 20,0%, nos anos noventa, esta taxa superou os 40,0% e tende a continuar crescendo. Menos conhecida, mas bem documentada também, é a tendência que se observa recentemente de mudança paulatina no padrão etário da atividade feminina. Conforme revelam os dados anuais da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), este padrão, que se manteve relativamente inalterado na década setenta e início da década de oitenta, começa a sofrer modificação a partir de meados dos anos oitenta, o que se consolida nos anos noventa.

Mesmo recebendo menos e trabalhando mais que os homens, espera-se que as mulheres ainda devam cumprir o trabalho doméstico, ficando por sua conta fazer as compras necessárias ao cuidado do lar, de crianças e idosos. Com isso, seu rendimento chega a ser mais tributado em comparação ao rendimento masculino (Neris, 2020).

Segundo o IBGE, em 2019 a renda feminina correspondia a 77,7% da masculina, com desigualdade ainda maior nos cargos de maior remuneração, como diretores e gerentes (IBGE, 2022). Somando-se a isso, produtos e serviços voltados ao público feminino costumam ter acréscimos de preço injustificáveis, o que viola o princípio da igualdade previsto na Constituição e compromete a renda de famílias chefiadas por mulheres (Ehlers, 2022).

Com a inserção das mulheres no mercado de trabalho, surgiram novas imposições relacionadas à aparência. O uso de maquiagens e cosméticos passou a ser associado ao desempenho profissional, direta ou indiretamente. Muitos ambientes impõem dress codes específicos para mulheres, mas não para homens. Em cargos elevados do setor corporativo, por exemplo, é comum exigir que secretárias, assistentes e diretoras usem saias, blazers, salto alto e camisas de tecidos geralmente mais caros que os usados por homens.

Dantas (2023) reforça que esses tipos de exigências feitas às mulheres em seus locais de trabalho são mais uma forma de aplicar o domínio masculino sobre o feminino, de modo que, se uma trabalhadora não se vestir, se apresentar de tal modo requerido, ela pode ter sua performance profissional diminuída ou até mesmo ignorada, pois, ao não “se arrumar” de acordo com o esperado, comentários negativos podem surgir.

Assim sendo, observar a experiência feminina no mercado de trabalho, com tudo o que (geralmente) acarreta, como diferenças salariais motivadas por sexismo e/ou pelo racismo, assédio

sexual e moral, hierarquias machistas, ataque a direitos trabalhistas básicos, entre tantos outros, é também constatar que o que pode ser uma experiência pessoal, na verdade é uma pequena amostra de uma teia de exploração, opressão e controle social (Dantas, 2023 apud Cotta; Farage, 2021, pp. 19-21).

Ao levar essa realidade em conta, podem-se somar aos custos adicionais produtos e serviços não necessários para homens, como manicure e pedicure, maquiagens, acessórios e serviços de cabelereiros, dentre outros. Esses produtos e serviços têm certa validade, e necessitam estar sempre sendo obtidos com certa frequência, o que compromete grande parte da renda mensal feminina, deixando pouco para suas necessidades diárias e de suas famílias, além desses produtos e serviços demandarem tempo e energia do cotidiano dessas mulheres.

A discriminação do trabalho feminino pode ser observada de forma horizontal e vertical. Horizontalmente, mulheres e homens que possuem as mesmas funções profissionais são tratados e avaliados de forma diferentes, além de seus rendimentos serem diferentes, sendo o masculino de maior valor. Os trabalhos que socialmente são considerados femininos são geralmente relacionados a cuidados domésticos e maternos (limpeza, secretariado etc.), enquanto cargos de comando são majoritariamente ocupados por homens, a fim de contribuir para a hierarquização vertical laboral (Dantas, 2023).

2.3 Beleza e Dignidade

O mercado de trabalho contemporâneo impõe novos parâmetros e estes exigem que as mulheres se conformem a um padrão estabelecido pela sociedade e pelo ambiente profissional. Esse padrão permeia toda a estrutura social, levando as mulheres que não estão inseridas no mercado de trabalho a se sentirem valorizadas somente quando estão devidamente vestidas, além de perfumadas e maquiadas.

Para além disto, ressalta-se que a discussão sobre um padrão de beleza ideal perpassa também por questões associadas às pautas raciais. Discutir sobre o acesso ao mercado de trabalho através de um ideal de beleza difundido pela mídia também é uma questão política, sobretudo considerando-se que as vagas de emprego são preenchidas, geralmente, por pessoas que atendem a esse padrão estético.

Para se enquadrar no padrão de aparência socialmente imposto, a mulher assume um estilo de vida com alto custo financeiro. A publicidade dita padrões de consumo e beleza ideais, influenciando a autonomia feminina. Para se sentir aceita, muitas mulheres consomem os produtos promovidos pelas mídias (Fernandez e Silva, 2023), que geralmente apresentam embalagens mais elaboradas e chamativas, reforçando expectativas de gênero (Lafferty, 2019).

Os veículos de comunicação, como o *Instagram*, desempenham um papel significativo na disseminação de uma espécie de “ditadura da beleza”. Isso implica na constante criação de um padrão estético cada vez mais elevado para o público feminino. Tal padrão influencia de múltiplas maneiras na aceitação das mulheres na sociedade. Especificamente, gera-se a expectativa de que uma mulher bem-sucedida e qualificada deva apresentar uma aparência alinhada com as imagens divulgadas em campanhas publicitárias.

A publicidade, ao conectar marcas e consumidoras, reforça a ideia de que mulheres tendem a pagar mais caro que os homens, normalizando a Pink Tax. O mercado apoia-se no essencialismo, alegando que homens e mulheres têm necessidades distintas e, por isso, precisam de produtos diferentes (Fernandes e Silva, 2023). No entanto, segundo Silva (2020), essas diferenças geralmente se limitam à cor, sem alterações funcionais. Além disso, o argumento de que mulheres pagam mais ignora a realidade econômica da maioria delas (Ehlers, 2022).

Para se sentir “digna” e merecedora de direitos, a mulher precisa manter a autoestima elevada e se adequar ao padrão socialmente imposto. Embora o princípio da dignidade alcance todos, na prática ele é frequentemente negado às mulheres, cuja saúde é negligenciada, como se vê nos altos preços de produtos de higiene essenciais em comparação aos masculinos. Siqueira & Andreoli (2020) destacam que essa realidade impulsiona movimentos sociais femininos, pois apenas por meio da luta é possível combater práticas machistas e garantir a efetividade do princípio da igualdade.

Para que o direito da mulher seja garantido e todas as formas de discriminação contra elas sejam abolidas, o Estado precisa de fato exercer a democracia e permitir que mulheres ocupem espaço na política, por exemplo, espaço esse comandado por homens e que apenas tem uma parcela mínima de mulheres. Mesmo no parlamento elas sofrem diversos tipos de agressão, seja por não as deixarem falar ou ignorarem suas pautas.

Um país que auto se declara democrático, que tem como primado básico promover o bem-estar de todos os cidadãos sem distinção, não pode quedar-se alheio ao fenômeno da desigualdade histórica social e jurídica de que foram alvo as mulheres (Barreto, 2010).

Na atualidade existem muitos debates sobre a questão de pessoas pretas e da mulher, especialmente sobre a dignidade desses grupos historicamente discriminados. Parâmetros de referência antes tidos como naturais, mas na verdade construídos pela indústria e pela mídia, estão sendo cada vez mais questionados. Nessa nova conjuntura, ao se abordar a dignidade da pessoa humana, é crucial considerar não apenas os elementos essenciais como vestimenta, moradia, saúde e educação, mas também lazer e a forma

como a pessoa se percebe dentro deste mundo.

Não resta dúvida de que a busca pela beleza se tornou um componente integrante da dignidade da pessoa humana. Mesmo que uma pessoa seja simples e muitas vezes não se enquadre nos padrões das revistas de moda, ela busca conexão, através da maquiagem ou de outros produtos de estética e beleza, que a dignifica como indivíduo. Nesse contexto, a maquiagem, o perfume e outros produtos, que no imaginário masculino são considerados supérfluos a ponto de serem menos valorizados do que bebidas ou veículos, na verdade, são vistos como elementos prioritários para que as mulheres possam se apresentar em seus trabalhos.

2.4 Tributação Indutora da Desigualdade de Gênero

Os princípios são a base do ordenamento jurídico, expressando valores que orientam a construção das normas. A Constituição brasileira consagrou um conjunto de princípios para proteger direitos individuais e coletivos, entre eles: igualdade tributária, progressividade e seletividade. O problema, contudo, não está nos princípios em si, mas na forma como são interpretados e aplicados pela legislação infraconstitucional.

O princípio da igualdade determina que homens e mulheres devem ser tratados de forma equânime. No entanto, ele convive com o princípio da livre iniciativa, que garante liberdade às empresas para definir estratégias comerciais e precificar seus produtos. Essa liberdade, muitas vezes, resulta em valores diferenciados para produtos destinados às mulheres, como já abordado anteriormente.

Embora a igualdade seja um pilar da Constituição, sua aplicação prática é limitada. O ordenamento jurídico não reconhece a cobrança de preços diferenciados entre produtos similares como violação da igualdade. Além disso, outros princípios, como o da seletividade tributária, também contribuem para a desigualdade.

Pelo princípio da seletividade, produtos menos essenciais devem ter maior carga tributária. A controvérsia está em quem define o que é essencial. Segundo Shoueri (2025), esse princípio se aplica especialmente ao IPI e ao ICMS, mas a definição de essencialidade é atribuída ao legislador infraconstitucional, o que pode refletir visões enviesadas sobre o consumo feminino.

A estrutura tributária brasileira, fortemente baseada na tributação sobre o consumo, agrava essa situação. Tributos como IPI e ICMS podem representar até 58% do valor de um produto, impactando desigualmente as classes sociais e penalizando ainda mais as mulheres (Câmara, 2019).

2.5 Metodologia

Referente à metodologia utilizada no trabalho, foi realizada pesquisa bibliográfica qualitativa. A estratégia usada foi a leitura e separação das referências teóricas relevantes analisadas e publicadas sobre o assunto com espaço temporal de 5 anos. Somente autores renomados conceitualmente, tiveram uma tolerância de tempo maior de publicação.

As pesquisas realizadas para a triagem de referências foram realizadas online através do *Google scholar*, plataformas de revistas de universidades e sites jurídicos, além de pesquisa bibliográfica em livros físicos. Tanto autores brasileiros quanto autores estrangeiros foram citados, de forma que o texto se encontra bem embasado.

Foi realizada uma pesquisa comparativa qualitativa das alíquotas tributárias incidentes sobre um rol de produtos, a fim de identificar que os produtos consumidos pelas mulheres são predominantemente tributados com alíquotas maiores que outros. Para isso, foram acessados os sites oficiais das Secretarias de Fazenda Estadual e do Governo Federal, para extrair alíquotas de IPI e ICMS desses produtos. Sites que compilavam referentes isenções sobre produtos de higiene feminina também foram utilizados para caracterizar ainda mais o objeto.

Como resultado da primeira pesquisa, 28 trabalhos, dentre eles artigos científicos, teses de doutorado, trabalho de conclusão de curso, dissertações e livros publicados, 4 foram descartados por serem estudos de caso e terem sido publicados antes do ano de 2017. Portanto, ao final, 24 referências foram utilizadas para a confecção da base teórica deste artigo, a fim de demonstrar historicamente o que se acredita ser a origem do problema a ser debatido.

Como tópicos a serem abordados, foram escolhidos: *Pink Tax no mundo*; *Produtos e serviços do universo feminino*; *Renda e mercado de trabalho feminino*; *Beleza e dignidade*; e *Tributação indutora da desigualdade de gênero*. Esses foram organizados de acordo com a leitura e base encontrada nas referências usadas a fim de propiciar melhor entendimento sobre o assunto e analisar as evidências encontradas.

2.6 Resultados e Discussão

É perceptível, a partir das tabelas de alíquotas de IPI e ICMS, que a legislação pátria é predatória e regressiva em relação aos mais carentes e às mulheres. Produtos elitizados de valor alto têm, muitas vezes, alíquota zerada ou abaixo de 5% (cinco por cento), enquanto produtos que são consumidos pela massa, como perfume e maquiagem, ultrapassam os 12% (doze por cento).

Na tabela abaixo, pode-se identificar que as alíquotas do IPI incidentes sobre a maquiagem são da ordem de 14,3% (quatorze inteiros e três décimos por cento) e sobre perfumes de 27,3% (vinte e sete inteiros e três décimos por cento). Ressalte-se que a esse

imposto será somada a tributação do ICMS, resultando numa carga tributária que irá onerar sobremaneira os produtos consumidos eminentemente por mulheres.

Como explica Fernandes (2021, p. 168), certos produtos de beleza são vistos justificadamente como essenciais pelas mulheres porque a ampliação de seu espaço no mercado de trabalho e sua afirmação pessoal está vinculada a eles:

À medida que as mulheres foram ascendendo, principalmente no mercado de trabalho, saindo do âmbito privado e se lançando cada vez mais em empregos que antes eram ocupados por homens, conquistando espaço em cursos superiores e driblando o destino quase natural de conceber família, a beleza também foi adquirindo uma posição de maior destaque e importância no imaginário feminino. (...) É nesse cenário que as mulheres enxergam a essencialidade de determinados produtos, principalmente aqueles ligados à beleza. Não apenas por serem compelidas a consumir, mas sim porque esses produtos fazem parte da sua realização de igualdade e da construção de sua identidade como mulher.

Embora perfumes e cosméticos possam ser vistos como superficiais, eles não o são no contexto de um mercado de trabalho repleto de exigências e pressões sobre as mulheres, que precisam estar sempre apresentáveis. Tais itens só são dispensáveis na visão masculina, e como foram os homens que construíram esse “universo legislativo”, não surpreende que itens essencialmente femininos sejam classificados como não essenciais. Cabe notar que em itens usados por homens e mulheres, como xampu e desodorantes, o IPI é menor, de apenas 4,55% (quatro inteiros e cinquenta e cinco centésimos por cento). Nesse diapasão podem-se observar os percentuais abaixo:

TABELA 1: IPI Incidente Sobre Produtos de Higiene e Beleza

PRODUTOS	ALÍQUOTA DO IPI
Perfumes	27,3
Produtos de maquiagem	14,3
Laquês para o cabelo	14,3
Bijuterias	7,8
Xampus	4,55
Desodorantes	4,55

Fonte: Receita Federal.

O recorte em tabela acima apresenta apenas algumas alíquotas incidentes sobre produtos industrializados no Brasil, e com essa pequena amostra pode-se confirmar que produtos de uso exclusivo, ou preponderante, de mulheres possuem alíquotas mais elevadas. O xampu e o desodorante de uso comum são percentualmente menos tributados pelo governo federal que o laquê e a maquiagem. Isso evidencia que a construção do conceito de não essencial para aplicação do princípio da seletividade tributária foi

claramente parametrizada por legisladores que não se deram conta das prioridades existentes no universo feminino.

Fazendo uma análise comparativa dos dados, percebe-se que tal fenômeno não é privativo das alíquotas do IPI. O mesmo se repete em relação às alíquotas do ICMS. Existe uma percepção empírica de que os produtos essenciais para mulheres são mais caros; porém, como demonstrado no presente estudo, trata-se de uma realidade comprovada e não apenas de um achismo. Consultando a legislação de vários Estados da Federação pode-se aferir os percentuais de algumas mercadorias:

TABELA 2: ICMS Incidente sobre Produtos Diversos

Estado	Mercadorias	Alíquota Efetiva
Mato Grosso do Sul	Obras de arte	19%
	Veículos	17%
	Perfumaria e cosméticos	20%
Rio de Janeiro	Cerveja e chope	19%
	Embarcações de esporte	39%
	Perfumes	39%
São Paulo	Aguardente	19%
	Veículos	12%
	Perfumes e cosméticos	25%
Piauí	Programas para computadores	12%
	Joias e Bijuterias	27%
	Perfumes e cosméticos	27%

FONSECA. **Tabela ICMS 2023.**

Analisando a tabela acima, constata-se que a tributação sobre veículos é inferior à tributação sobre perfumes e cosméticos. Percebe-se que em alguns estados, perfumaria e cosméticos oscilam entre 20% (vinte por cento) e 39% (trinta e nove por cento). Tais percentuais quando somados aos percentuais aplicáveis no IPI e incidentes sobre esses produtos, leva a tributação a patamares superiores a 50% (cinquenta por cento) do valor dos bens consumidos pelas mulheres.

Até mesmo veículos, por exemplo, os quais lançam uma série de poluentes no ar, consumidos exclusivamente pelas pessoas de maior poder aquisitivo, possuem uma tributação menor do que o perfume e a maquiagem, produtos esses consumidos por pessoas de todos os níveis aquisitivos, mas que comprometem significativamente a renda de mulheres menos favorecidas, quando incluídos no orçamento.

A justificativa para essas alíquotas mais elevadas para os produtos de beleza é fundamentada no princípio da seletividade constitucionalmente previsto, o qual foi construído por um universo elitista machista. Nesse contexto, verifica-se que até obras de arte, em geral itens inacessíveis aos menos abastados, têm incidência tributária mais leve que os artigos femininos. Até mesmo a bebida alcóolica, item cujo consumo deveria ser desencorajado pelos seus evidentes malefícios, possuem tributação menor do que

perfumes e cosméticos. Ou seja, tudo o que é do mundo feminino é considerado mais supérfluo que aguardente, cerveja e chope, como se observa na tabela acima.

Vale salientar que nem tudo está perdido, pois existem movimentos que percebem a necessidade de uma tributação mais branda sobre produtos consumidos exclusivamente pelas mulheres. Isso pode ser identificado no caso dos absorventes íntimos femininos, itens que possuíam no Brasil uma tributação bastante elevada, mas que, a partir de reivindicações de vários setores da sociedade e de uma busca por conscientização por parte do legislativo, receberam tratamento diferenciado. Observando a publicação do Convênio ICMS 187/2021, norma disciplinadora de algumas alíquotas de ICMS, vários Estados da Federação tomaram medidas, como se pode perceber na tabela abaixo:

TABELA 3: ICMS Incidente Sobre Absorventes Femininos

Estado	Antes	Depois
Amapá	18%	Isenção
Ceará	*	Isenção
Maranhão	18%	12%
Rio de Janeiro	20%	7%
Roraima	*	12%
Paraná	*	Isenção
Piauí	17%	17%
São Paulo	*	Isenção para operações que tenham como destinatários órgãos do poder público, estadual ou municipal.
* Alíquotas não especificadas, variando entre 17% e 25%.		

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Miyake, 2023 e Paraná, 2023.

A tabela acima dá algumas amostras das alterações recentes na tributação aplicada a produtos de higiene menstrual no âmbito estadual. Além das reduções e isenções citadas, ocorreram, nos últimos anos, várias medidas administrativas no sentido de combater a chamada *Tampon Tax*, questão específica dentro da *Pink Tax* relativa a absorventes femininos e seus substitutos (Miyake, 2023).

Dentro da perspectiva da *Pink Tax* muito há que se avançar. Na composição dos custos de qualquer produto, além dos custos de lucro ou de composição, insumos, há também os custos tributários, por isso se faz relevante à perspectiva de que, dentro de qualquer um dos valores que oneram esses produtos direcionados ao público feminino, há também um custo decorrente de impostos dos mais diversos, e esses componentes dos custos devem ser mais transparentes para que possam ser percebidos. Essa falta de clareza quanto ao que constitui o valor final das mercadorias, como aponta Mileo Filho (2021, p. 148), é prejudicial à consciência fiscal dos cidadãos:

A tributação sobre o consumo demonstra-se intransparente, inibido o desenvolvimento da consciência fiscal dos cidadãos. A rigor, não se conhece o montante exigido a título de tributo, o qual é diluído no preço do bem ou do serviço. O consumidor normalmente paga o preço cheio sem ter ciência da composição desta quantia, ou seja, sem ter ciência do percentual de tributo ali embutido.

No universo dos tributos, há uma máxima estatal de busca de arrecadação. No entanto, o modelo atual adotado pelo Estado exerce uma opção por uma arrecadação sobre produtos e serviços, não sobre renda, gerando grande desigualdade.

Geralmente, aqueles que possuem baixa renda utilizam todos seus rendimentos ao consumir produtos essenciais que sofrem alta tributação. Entretanto, no mundo elitista não existe preocupação como o perfil de gastos das mulheres com renda menor, as quais utilizam grande parte de sua renda em bens de consumo imediato. As pessoas com maiores rendas realizam investimentos em imóveis e no mercado financeiro, e não se importam com gastos em perfumaria.

A tributação sobre o consumo se manifesta, como exposto anteriormente, como uma carga dupla sobre a mulher, soma-se à carga decorrente do princípio da seletividade, colocando como supérfluos bens que lhe são essenciais ao trabalho e dignidade, a regressividade tributária patente que desnatura os objetivos primários da constituição e trai princípios de igualdade e dignidade da pessoa humana, obstruindo a busca por qualidade de vida daqueles que não detém grande poder aquisitivo.

CONSIDERAÇÕES

Com base no exposto anteriormente, é evidente que a *Pink Tax* representa uma forma de discriminação de gênero imposta às mulheres no que se refere aos custos de produtos exclusiva ou majoritariamente utilizados por elas. Esta forma de discriminação é global, inclusive no Brasil, país cuja legislação foi historicamente concebida predominantemente por homens. Estes, em muitos casos, influenciados por visões machistas, tendem a classificar como supérfluos produtos essenciais para mulheres, impondo, assim, custos mais elevados sobre esses itens.

Com o crescente ingresso das mulheres no mercado de trabalho, a indústria enxergou uma oportunidade de maximizar seus lucros por meio do aumento dos preços

dos produtos destinados ao público feminino. O mercado contemporâneo e a mídia desempenham papéis fundamentais na imposição de padrões de beleza às mulheres, resultando em um maior gasto com esses produtos.

Esta realidade faz com que produtos essenciais para mulheres, porém classificados como supérfluos, custem mais do que seus equivalentes masculinos. Produtos essenciais usados para higiene feminina tiveram corte nos seus tributos, pois não são dispensáveis para a saúde e dignidade da mulher.

Este trabalho teve por objetivo a percepção da necessidade de construções legislativas que não sejam parametrizadas em cima de conceitos somente masculinos, além de promover e trazer esse despertar para a problemática.

Como evidenciado ao longo do trabalho, as construções sobre seletividade, a essencialidade ou não de determinados produtos é feita a partir do ponto de vista eminentemente masculino e é este ponto que precisa ser reformulado. Por esse motivo, há a importância de existir legislativos e executivos com ponto de vista mais modernizado, com novos valores e parâmetros quanto ao que vem a ser supérfluo e o que é essencial quanto a essa gradação de essencialidades.

É inadmissível, por exemplo, que bebidas alcoólicas tenha alíquotas de tributação menores que determinados produtos essenciais para a beleza e higiene feminina de forma a preservar a presença de mulheres na sociedade e no trabalho.

Diante desse cenário, ressalta-se a importância de debater a *Pink Tax* com o objetivo de alcançar a equidade de gênero. Essa discussão visa combater essa disparidade de preços e designar o papel do Estado, de forma que não somente o princípio da igualdade seja respeitado e aplicado no mundo real, mas também todos os outros mencionados.

A desigualdade tributária tem como raiz o princípio da seletividade, pois não determina que produtos são menos essenciais. Assim, entende-se que a desigualdade tem base na indústria e no comércio, que não possuem regramento limitante no Brasil. O Estado tem sua contribuição no problema ao permitir que isso continue acontecendo, embora tenha aprovado leis estaduais em relação a absorventes menstruais, que são essenciais na cesta feminina de higiene e beleza.

REFERÊNCIAS

- AVEIRO, Júlio da Costa Rostirola; VALLE, Maurício Dalri Timm do. O MÍNIMO EXISTENCIAL E A TRIBUTAÇÃO. Revista de Direito Internacional Econômico e Tributário, Brasília, v. 12, n. 2, p. 76-123, 11 abr. 2018. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RDIET/article/view/8707>. Acesso em: 15 nov. 2023.
- BARRETO, Ana Cristina Teixeira. Carta de 1988 é um marco contra discriminação. Consultor Jurídico. São Paulo, 5 nov 2010. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2010-nov-05/constituicao-1998-marco-discriminacao-familia-conteporanea/>. Acesso em: 14 nov 2023.
- BARROS, Cleber. **A história dos cosméticos**. 2020. Disponível em: <https://www.cleberbarros.com.br/a-historia-dos-cosmeticos/>. Acesso em: 11 nov. 2023.
- CÂMARA, Delano Carneiro da Cunha. Tributação como Instrumento de Regulação Socioeconômica para a Promoção do Desenvolvimento Nacional. 2019. 403 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Ciências Jurídicas, Ciências Jurídicas, Universidade Federal da Paraíba, Paraíba, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/19024>. Acesso em: 15 nov. 2023.
- DANTAS, Isabella. Pink Tax: Caminhos para o enfrentamento da desigualdade de gênero. 2023. 121f. Dissertação (Pós-Graduação Strictu Sensu em Direito) – Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2023.
- DEPARTMENT OF CONSUMERS AFFAIRS, New York City (2015). From Cradle to Cane: The cost of Being a Female Consumer. Disponível em: <https://www1.nyc.gov/assets/dca/downloads/pdf/partners/Study-of-Gender-Pricing-in-NYC.pdf>. Acesso em: 10 de nov. 2023.
- EHLERS, ANA CRISTINA. Injustiças tributárias e gênero: O caso da Pink Tax / Ana Cristina Ehlers; orientadora, Brena Paula Magno Fernandez, 2022. 48p. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Socioeconômico, Graduação de Ciências Econômicas, Florianópolis, 2022. (Acesso em 9 de nov 2023), Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/232125/TCC_Ana_Cristina_Ehlers_final_assinado.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 10 de nov 2023.
- ESTATÍSTICA, Instituto Brasileiro de Geografia e (org.). **Informativo Estatísticas de Gênero: indicadores sociais das mulheres no brasil**. 2. ed. Brasília: IBGE, 2022. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101784_informativo.pdf. Acesso em: 9 nov. 2023.
- 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: 10 nov. 2023.

FERNANDEZ, Brena Paula Magno; SILVA, Lara Pinheiro e. Pink tax: por que as mulheres pagam mais do que os homens pelos mesmos serviços? um estudo exploratório nas cinco maiores regiões metropolitanas do Brasil. **Sociedade Brasileira de Economia Política**, Niterói, mar. 2023. Disponível em: https://enep.sep.org.br/uploads/720_1677585362_ARTIGO_Pink_Tax_SEP_com_identifica%C3%A7ao_2023_pdf_ide.pdf. Acesso em: 9 nov. 2023.

FONSECA, Bruna. Tax Group. **Tabela ICMS 2023: fique por dentro das alíquotas estaduais atualizadas**, 2023. Disponível em: <https://www.taxgroup.com.br/intelligence/tabela-icms-atualizada/>. Acesso em: 09 nov. 2023.

GENS, Armando. Fotografia e ilustração de poemas na revista Careta. in: negreiros, Carmem; OLIVEIRA, Fátima; CHAUVIN, Jean Pierre; GENS, Rosa (org.). **Belle Époque: efeitos e significações**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira de Literatura Comparada, 2018. p. 39-62. Disponível em: <https://abralic.org.br/downloads/e-books/e-book05.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2023.

HABBAL, Hajar L. **An Economic Analysis of The Pink Tax**. 2020. 85 f. Tese (Doutorado) - Curso de Bachelor Of Arts, Economics, Business, And Finance, Lake Forest College, Illinois, 2020. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/322850687.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2023

KOTLER, Jennifer. **Uma breve história dos produtos menstruais modernos: como chegamos aos absorventes que temos hoje**. 2018. Disponível em: <https://hellocleue.com/pt/artigos/absorventes-e-mais/uma-breve-historia-dos-produtos-menstruais-modernos>. Acesso em: 11 nov. 2023.

LAFFERTY, Mackenzi. The pink tax: the persistence of gender price disparity. *Midwest J. Undergr. Res.*, v. 11, n., p. 56-72, 2019. Disponível em: <http://research.monm.edu/mjur/files/2020/02/MJUR-i12-2019-Conference-4-Lafferty.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2023.

LIMA, Giovanna Esteves. **Pink Tax: A desigualdade de Gênero e o Sistema Tributário Brasileiro pelo viés da tributação sobre o consumo**. 2022. 29 f. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://adelpa-api.mackenzie.br/server/api/core/bitstreams/fcbef462-eae9-4c1c-b410-c43d9be51bdb/content>. Acesso em: 9 nov. 2023.

MIYAKE, Alina. Tampon Tax: uma Análise do Tratamento Tributário dos Produtos Menstruais no Brasil. *Revista Direito Tributário Atual* nº 53. ano 41. p. 25-60. São Paulo: IBDT, 1º quadrimestre 2023. Acesso em: 10 de nov. 2023. Disponível em: https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/175584/2.tampon_tax_analise_miyake.pdf. Acesso em: 10 nov. 2023.

NERIS, Brenda Borba dos Santos. Políticas fiscais e desigualdade de gênero: análise da tributação incidente nos absorventes femininos. *Revista FIDES*, v. 11, n. 2, p. 743-759, 2020. Disponível em: <http://revistafides.ufrn.br/index.php/br/article/view/533/541>. Acesso em: 10 nov. 2023.

PARANÁ. Secretaria da Fazenda do Governo do Estado do Paraná. Paraná mantém isenção de ICMS para absorventes, remédios e compra de veículos para deficientes. 2022. Disponível em: <https://www.fazenda.pr.gov.br/Noticia/Parana-mantem-isencao-de-ICMS-para-absorventes-remedios-e-compra-de-veiculos-para>. Acesso em: 10 nov. 2023.

RECEITA FEDERAL. **Tabela de incidência do imposto sobre produtos industrializados**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/acesso-a-informacao/legislacao/documentos-e-arquivos/tipi.pdf/view>. Acesso em: 09 nov. 2023.

RUEDIGER, M. A. Existe taxa rosa no Brasil?: incidência da discriminação de gênero em produtos no varejo online. Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2020. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/30152>. Acesso em: 11 nov. 2023.

SCHOUERI, Luís Eduardo. *Direito Tributário*. 14ª ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2025.

SILVA, Suzana dos Santos. **Por que o rosa é mais caro que o azul?: a percepção de mulheres sobre a taxa rosa**. / Suzana dos Santos Silva. -- Caraguatatuba, 2020. 35 f. : il. Orientador: Prof. Me. Dionysio Borges de Freitas Junior. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Processos Gerenciais) - Instituto Federal de São Paulo, Caraguatatuba, 2020. (Acesso em 9 de nov 2023), Disponível em: https://www.ifspcaraguatatuba.edu.br/images/conteudo/Cursos/Tecnologia_em_Processos_Gerenciais/TCC_2021_1/POR_QUE_O_ROSA_%C3%89_MAIS_CARO_QUE_O_AZUL_PERCEP%C3%87%C3%83O_DE_MULHERES SOBRE A TAXA ROSA - SUZANA DOS SANTOS SILVA.pdf

SIQUEIRA, D. P., & ANDRECIOLI, S. M. (2020). Direitos Da Personalidade Das Mulheres Sob A Perspectiva Da Dignidade Da Pessoa Humana Como Axioma Justificante. *Revista Direitos Humanos E Democracia*, 8(15), 290–307. Disponível em: <https://doi.org/10.21527/2317-5389.2020.15.290-307>. Acesso em 10 de nov. 2023

TRÁPAGA, Luiza Victoria. Belle Époque: efeitos e significações: um estudo sobre a transição entre a la belle époque e a moda do século XX. 2020. 108 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Ciências da Comunicação, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto, 2020. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/130837/2/433322.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2023.

YAZICIOĞLU, Alara Efsun. Pink tax and the law: Discriminating against women consumers. London: Routledge, 2018.