



É caro por que é *rosa*?

Como a desigualdade de preços
pesa no bolso das mulheres

Na prática, uma lâmina de barbear masculina e uma lâmina de depilação feminina cumprem a mesma função. Nas gôndolas de farmácias e supermercados, porém, os valores se diferenciam. O fenômeno tem nome, é estudado há décadas e transformou-se em lei no estado do Rio de Janeiro: taxa rosa. A pink tax está ligada à elevação de preços sem motivação em produtos e serviços oferecidos às mulheres.

Entre lâminas e outros itens de higiene e beleza, o público feminino paga 12,3% mais caro em produtos idênticos aos focados nos homens apenas por serem rosa. Quem aponta esse dado é a pesquisa desenvolvida em uma parceria entre o Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor da Escola Superior de Propaganda e Marketing (MPCC-ESPM) e a InSearch.

“Uma mulher que gasta R\$ 400 por mês entre higiene, bele-

za, roupa e salão está pagando cerca de R\$ 50 a mais todo mês só por ser mulher. Parece pouco, mas se esses R\$ 50 forem investidos a 10% ao ano, viram R\$ 103 mil em 30 anos. Em 40 anos, R\$ 277 mil”, explica a especialista em investimentos formada em Administração de Empresas e colunista da B3 Educação, Karlla Freitas.

Para a economista e professora da Universidade Feevale, Lísiane Fonseca da Silva, as lâminas são apenas um dos exemplos. “A taxa rosa é bem significativa nos produtos infantis, principalmente quando a gente pensa nos brinquedos e no vestuário para as meninas. Na percepção de adulto, tende a ser maior na concepção de produtos de uso pessoal”, contextualiza. Além disso, serviços de lavanderia e salões de beleza também são pontos que escancaram o problema, como aponta estudo da Universidade Federal de Santa Catarina.