

MULHERES E COMUNICAÇÃO NO BRASIL: 1995 A 2015

Nina Madsen

Governo Federal
Ministério da Economia
Ministro Paulo Guedes

ipea Instituto de Pesquisa
Econômica Aplicada

Fundação pública vinculada ao Ministério da Economia, o Ipea fornece suporte técnico e institucional às ações governamentais – possibilitando a formulação de inúmeras políticas públicas e programas de desenvolvimento brasileiros – e disponibiliza, para a sociedade, pesquisas e estudos realizados por seus técnicos.

Presidente

Ernesto Lozardo

Diretor de Desenvolvimento Institucional

Rogério Boueri Miranda

Diretor de Estudos e Políticas do Estado, das Instituições e da Democracia

Alexandre de Ávila Gomide

Diretor de Estudos e Políticas Macroeconômicas

José Ronaldo de Castro Souza Júnior

Diretor de Estudos e Políticas Regionais, Urbanas e Ambientais

Constantino Cronemberger Mendes

Diretor de Estudos e Políticas Setoriais de Inovação e Infraestrutura

Fabiano Mezadre Pompermayer

Diretora de Estudos e Políticas Sociais

Lenita Maria Turchi

Diretor de Estudos e Relações Econômicas e Políticas Internacionais

Ivan Tiago Machado Oliveira

Assessora-chefe de Imprensa e Comunicação

Mylena Pinheiro Fiori

Ouvidoria: <http://www.ipea.gov.br/ouvidoria>

URL: <http://www.ipea.gov.br>

MULHERES E COMUNICAÇÃO NO BRASIL: 1995 A 2015¹

Nina Madsen²

1 INTRODUÇÃO

Poucas áreas passaram por mudanças tão intensas nos últimos vinte anos como a área da comunicação. O advento da internet mudou, definitivamente, a maneira como nos comunicamos, nos apresentamos ao mundo, apreendemos o mundo. Mudou o jornalismo, a fotografia e a propaganda. O sexismo, o machismo e o racismo nos meios de comunicação, no entanto, parecem não ter mudado com a mesma intensidade.

Observar vinte anos da relação das mulheres com seu direito à comunicação no Brasil, portanto, é observar um cenário de profundas e intensas mudanças – tecnológicas, sociais, relacionais – capazes de, ao mesmo tempo, romper e manter estereótipos e arraigadas desigualdades.

Neste artigo, debruçamo-nos sobre essas duas décadas a partir dos três eixos destacados da Plataforma de Ação de Pequim (ONU, 1995): *i*) a imagem da mulher na mídia; *ii*) a presença e a participação das mulheres nos meios de comunicação; e *iii*) o acesso das mulheres à tecnologia da informação.

A Plataforma de Ação de Pequim aborda o tema do direito à comunicação em sua seção J, na qual define dois objetivos estratégicos orientadores da ação de governos e sociedade:

J.1. Aumentar o acesso das mulheres aos processos de expressão e de tomada de decisões na mídia e nas novas tecnologias de comunicações, aumentar também sua participação nessas áreas, bem como aumentar a possibilidade para elas de expressar-se pelos meios de comunicação e as novas tecnologias da comunicação.

1. Agradeço a Natalia Fontoura e Marcela Torres Rezende (Ipea) pela leitura atenta e pelas preciosas colaborações ao texto.

2. Doutora em Sociologia pela Universidade de Brasília e sócia do Centro Feminista de Estudos e Assessoria (CFEMEA).

J.2. Promover uma imagem equilibrada e não-estereotipada da mulher nos meios de comunicação.

A jornalista e ciberfeminista espanhola Montserrat Boix³ afirma que em Pequim se propõe, pela primeira vez em uma Conferência Mundial da Mulher, a reivindicação da comunicação como um dos Direitos Humanos básicos e como elemento estratégico chave para a mudança social que as mulheres exigem na luta por igualdade de direitos.

Tanto na Declaração, quanto na Plataforma de Ação de Pequim, há uma síntese daquilo que os movimentos coletivos e organizações feministas haviam construído como reflexão e agenda de demandas por direitos até 1995: *i)* a denúncia da objetificação da imagem da mulher e da construção reiterada dos estereótipos sexistas pela mídia; *ii)* o entendimento da comunicação como uma estratégia de luta e dos meios como espaços de poder estruturados sobre a cultura patriarcal, e a consequente demanda por maior participação nesses espaços; e *iii)* a demanda por ampliação da participação e do acesso às tecnologias da informação então insurgentes.

No Brasil, a articulação dos movimentos de mulheres e feministas em torno da comunicação (nas três vertentes destacadas) parece ter começado a ganhar força e abrangência a partir de meados dos anos 2000, quando as denúncias sobre o caráter sexista da mídia nacional começaram a ganhar maior relevância e destaque na agenda feminista.

Ao mesmo tempo, a ampliação do acesso à internet e a disseminação das redes sociais e das mídias alternativas parecem contribuir para a produção de um tecido novo para a construção e atualização dos feminismos no país. Parece haver, mais recentemente no país, uma proliferação de coletivos e de ativistas feministas autônomas que em muito se apoiam nos instrumentos de comunicação e ação política que a internet e as redes sociais oferecem.

3. Artigo *Feminismos, comunicación y tecnologías de la información*. Disponível em: <<https://www.rebelion.org/hemeroteca/mujer/040221boix.htm>>.

Há que se ressaltar também a relevância que a luta pelo marco regulatório da comunicação assumiu no Brasil no início dos anos 2000 – uma reivindicação que se fortaleceu e expandiu de maneira consistente na segunda metade do período aqui analisado, ou seja, entre 2005 e 2015.

A participação das mulheres nessa luta, por um lado, e a incorporação das demandas das mulheres nessa luta, por outro, merecem o devido registro, não apenas pela importância do tema em si, mas também pelas tensões e contradições contidas nessa experiência – em grande medida, uma reprodução das tensões e contradições do universo das comunicações de maneira mais ampla, no que se refere à luta pela igualdade de gênero e pelos direitos das mulheres.

Nesse texto, trataremos de registrar e destacar algumas facetas da relação entre as mulheres organizadas do Brasil com o campo da comunicação. Por termos a Plataforma de Ação de Pequim como pano de fundo, e os indicadores do Retrato das Desigualdades como orientadores primordiais de análise, estabelecemos como eixos de nossa leitura: *i)* a participação das mulheres nos cursos universitários do campo da comunicação e das tecnologias da informação; *ii)* a inserção e a participação das mulheres no mercado de trabalho das comunicações e das tecnologias da informação e comunicação (TICs); *iii)* a construção e a reprodução da imagem das mulheres na e pela mídia; *iv)* a relação entre as mulheres e as tecnologias da informação; e *v)* as mulheres nas redes sociais.

2 EDUCAÇÃO E INSERÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO

A educação para a comunicação e a participação no mercado de trabalho da área estão fortemente presentes na Plataforma de Ação de Pequim. Recomenda-se aos governos e organizações, em diferentes momentos ao longo do documento, que ações sejam empreendidas para garantir maior participação das mulheres nos cursos ligados ao campo da comunicação, bem como nas carreiras da área. Nesse sentido, especial ênfase é dada à ocupação de lugares de tomada de decisão. A Plataforma assim aborda o assunto, em seu parágrafo 235:

Embora tenha aumentado o número de mulheres que fazem carreira no setor de comunicações, poucas são as que alcançam posições de decisão ou direção, ou as que integram

os órgãos que influem na política dos meios de difusão. A falta de sensibilidade para a questão de gênero nos meios de comunicação é evidenciada pelo fato de não terem sido eliminados os estereótipos com base no sexo que ainda são divulgados pelas organizações públicas e privadas, locais, nacionais e internacionais do ramo.

TABELA 1

Total de profissionais de comunicação por raça e gênero (2014)

	Branca			Preta + Parda		
	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino	Total
Arquivista pesquisador (jornalismo)	214	265	479	91	125	216
Assessor de imprensa	1.557	2.933	4.490	632	939	1.571
Diretor de redação	480	304	784	120	84	204
Editor	5.598	3.962	9.560	1.871	890	2.761
Jornalista	3.639	5.594	9.233	1.106	1.779	2.885
Produtor de texto	625	1.010	1.635	218	261	479
Repórter (exclusive rádio e televisão)	3.254	2.743	5.997	1.421	781	2.202
Revisor de texto	1.222	3.951	5.173	945	2.036	2.981
Total	16.589	20.762	37.351	6.404	6.895	13.299

Fonte: Ministério do Trabalho (MTE)/Relação Anual de Informações Sociais (Rais).

Elaboração: Diretoria de Estudos e Políticas Sociais (Disoc)/Ipea e Núcleo de Gestão de Informações Sociais (Ninsoc).

No campo do jornalismo, conforme ilustrado pelos dados da tabela 1, a participação das mulheres permanece desigual em relação à participação masculina, condição também marcada pelas desigualdades raciais explicitadas nos dados citados. As mulheres, e em particular as mulheres negras, têm menor presença em posições de maior destaque no campo, como a de diretor de redação, editor, jornalista e repórter. Já nas posições consideradas de menor *status* – arquivista, assessor de imprensa, produtor e revisor de textos – a presença feminina é maior, ainda que se mantenha a desigualdade racial na participação.

O que os dados da Rais de 2014 nos sugerem é que o jornalismo permanece um campo bastante masculino e predominantemente branco, ainda que com forte presença de mulheres. A recomendação da Plataforma de Ação de Pequim no sentido de ampliar a participação das mulheres nos espaços de poder e de tomada de decisão dos meios de comunicação permanece, portanto, como um desafio.

Estudo de Oliveira e Belchior analisou a participação de mulheres em carreiras do campo da informática a partir dos dados da PNAD 2002 e 2006, e destacou que, em que pese o crescimento da participação feminina na área, ela permanece como um espaço predominantemente masculino. Oliveira e Belchior (2009, p. 31-32) afirmam:

Em primeiro lugar ficou evidenciado que o ramo da informática é demarcado como um espaço essencialmente masculino. A menor presença feminina é encontrada em todas as atividades que foram examinadas, sobretudo naquelas destinadas à manutenção e à reparação de computadores. Em geral, as mulheres parecem estar encontrando mais dificuldades para se inserirem em atividades que exigem níveis mais elevados de qualificação e de escolaridade. Elas se alocam, em sua maioria, na categoria de operadores de máquinas de escritório e em funções de apoio, a exemplo da categoria de digitadores.

Os autores ressaltam também que a participação feminina nas atividades do campo da informática registraram queda no período analisado – 2002 a 2006 – ao mesmo tempo em que houve um aumento da presença de mulheres em atividades tradicionalmente desempenhadas por homens: reparação e manutenção de computadores. Destaca-se também que não há diferenças significativas de anos de estudos e de média de horas trabalhadas, mas registra-se a desigualdade salarial identificada: “as diferenças de gênero mostram-se mais acentuadas quando se trata da média de remuneração. As médias salariais dos homens aparecem invariavelmente mais altas do que as da população feminina” (Oliveira e Belchior, 2009, p. 32).

Vale lembrar que as mulheres brasileiras vêm sustentando e ampliando a diferença, para mais, na média de anos de estudos. O Retrato das Desigualdades aponta para um aumento substantivo, no período de 1995 a 2014, na proporção de homens e mulheres, brancos e negros, com doze anos ou mais de estudos no Brasil, sendo que, para as mulheres, esse aumento foi ainda mais acentuado. A

desigualdade entre as mulheres negras e as brancas mantém-se, no entanto, em patamares elevados, conforme pode ser observado na tabela 2.

TABELA 2

Proporção total de homens e mulheres e de mulheres brancas e negras de 25 anos ou mais, com doze anos ou mais de estudo no Brasil (1995 e 2014)

	1995	2014
Mulheres (total)	8,6	19,8
Homens (total)	8,7	16,4
Mulheres brancas (total)	12,1	26,7
Mulheres negras (total)	3,5	13,2

Fonte: IBGE/Pnad – disponíveis em Ipea/ Retrato das desigualdades de gênero e raça
Elaboração da autora.

A taxa de escolarização líquida no ensino superior também registra um incremento acentuado no período analisado, com a mesma tendência à ampliação da participação feminina em relação à masculina e à manutenção da aguda desigualdade entre brancas e negras. Em 1995, a taxa de escolarização líquida, de acordo com os dados da PNAD utilizados pelo Retrato das Desigualdades, era de 5% para os homens e 6,5% para as mulheres, sendo que para as mulheres brancas, era de 9,9%, e para as mulheres negras, de 2,4%. Já em 2014, os números saltam para respectivos 14,9% (homens), 19,9% (mulheres), 27,4% (mulheres brancas) e 14% (mulheres negras).

No que se refere à participação das mulheres nos cursos de ensino superior ligados ao campo da comunicação e das TICs, merece registro a escassez de dados disponíveis no *website* do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP)/Ministério da Educação (MEC). As informações aqui reproduzidas foram encontradas no estudo de Barreto (2014) sobre a participação feminina no ensino superior. A autora apresenta dados do INEP/MEC coletados a partir do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade)/Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes), os quais indicam, para o ano de 2009, predominância feminina nos cursos de Comunicação Social, Jornalismo e Publicidade/Propaganda. Nesses cursos, a participação feminina é, em média, um pouco inferior a 60%, enquanto a masculina é pouco superior a 40%.

Já os cursos ligados às tecnologias da informação (Tecnologia em Redes de Computadores, bacharelado em Computação, Engenharia da Computação, Sistemas de Informação e Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas) apresentaram, em 2011, maioria absoluta de participação masculina, sempre superior a 80%. Apenas no curso de licenciatura em Computação, o registro da participação de mulheres se amplia para a casa dos 30%.

Ainda que não tenhamos encontrado registros de políticas ou programas governamentais voltados para a ampliação da participação feminina em cursos da área de comunicação e tecnologias da informação, houve, no período de nossa análise, incentivo governamental à maior presença de mulheres nas ciências, inclusive na computação.

O Programa Mulher e Ciência, criado em 2005 por iniciativa da então Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República e implementado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), tem precisamente o objetivo de fomentar a participação de mulheres no campo científico nas universidades do país, e a produção acadêmica sobre relações de gênero, direitos das mulheres e feminismo.

Segundo as estatísticas apresentadas no *website* do programa, no portal do CNPq, no período de 2001 a 2012, o número total de bolsas de estudos concedidas a estudantes mulheres na grande área de Engenharia e Computação passou de 1.873 bolsas, em 2001, para 7.583 bolsas, em 2014. Aos estudantes do sexo masculino, foram concedidas 4.855 bolsas em 2001, e 12.104 bolsas, em 2014. Não há dados desagregados por raça/cor disponíveis. Vale ressaltar que, ainda que o aumento seja bastante significativo, ele não registra o enfrentamento das desigualdades de gênero na produção dessas ciências, uma vez que o hiato entre homens e mulheres permanece praticamente inalterado.

No que se refere à produção acadêmica na área de gênero e comunicação, estudo de Escosteguy e Messa (2008, p. 14-29) aponta para um total de 65 teses e dissertações publicadas entre 1992 e 2002 em todo o país. As autoras identificam três fases temáticas para os estudos na área. Na primeira fase, os trabalhos têm como foco a “mensagem”; na segunda fase, o foco está nas “receptoras”. Somente a partir dos anos 2000, as autoras identificam trabalhos sobre a representação das

mulheres pelos meios de comunicação. No período de dois anos analisado pelas pesquisadoras (2000 a 2002), essa categoria da “representação” registrou 36 pesquisas, mais da metade do total de trabalhos identificado, o que sugere uma tendência de ascensão e abertura desse campo de pesquisa.

3 A IMAGEM DA MULHER NA MÍDIA

A construção e a reprodução de uma certa imagem da mulher pela e na mídia, longe de um fenômeno recente, isolado ou circunscrito, tratam-se de um processo de reprodução social intrínseco à própria comunicação e seus meios. As mídias reproduzem a ordem social, racial e sexual sobre a qual se estrutura a sociedade brasileira, e o fazem com uma eficiência impressionante.

Das matérias jornalísticas aos anúncios publicitários, dos programas de televisão às telenovelas diárias: a imagem das mulheres que encontramos nos meios de comunicação brasileiros conserva, ainda, os traços da estrutura sexista e racista que organiza a sociedade brasileira. Há, no entanto, mudanças que merecem registro.

Para Gasparetto (2014), registra-se, a partir da primeira década dos anos 2000, uma participação mais ativa e contundente de mulheres organizadas na luta pela democratização da comunicação e por uma maior regulação dos meios de comunicação. Como consequência, nota-se o fortalecimento da reação à representação sexista da mulher na e pela mídia, o fortalecimento das demandas por uma mídia democrática, representativa de uma sociedade diversa e disposta a contribuir para a construção de uma sociedade mais justa.

A autora destaca a inclusão da pauta da democratização e regulação dos meios de comunicação nos espaços e documentos relacionados à promoção de políticas para as mulheres. Para Gasparetto (2014, p. 109),

Uma das primeiras conquistas da luta sobre a “imagem da mulher na mídia” foi na Conferência de Políticas para as Mulheres, realizada em 2004, reafirmada no processo de debates dos Planos seguintes. O II PNPM assumiu explicitamente o compromisso de executar as deliberações para o controle social sobre a imagem da mulher na mídia,

inclusive no que tange ao novo marco regulatório da comunicação.

Merece destaque também a atuação junto ao Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), para apresentação de denúncias e representações contra propagandas sexistas. Além de respostas e decisões concretas acerca de alguns dos casos apresentados, as denúncias produziram também um intenso debate na sociedade, impulsionando a crítica e os questionamentos a respeito dos limites da representação das mulheres nos e pelos meios.

Em 2013, o Instituto Patrícia Galvão e o Instituto Data Popular (2013) realizaram uma pesquisa de opinião de âmbito nacional acerca da representação das mulheres nas propagandas na TV. De acordo com os resultados divulgados no mesmo ano, 56% das pessoas entrevistadas acreditavam que as propagandas não mostravam as mulheres da vida real; 65% concordavam que o padrão de beleza das propagandas era muito distante da realidade brasileira, sendo que 80% consideravam que as mulheres brancas estavam mais representadas que as mulheres negras.

Os dados da pesquisa sugerem que a percepção da população é a de uma representação de mulher branca, loira, magra, jovem, de olhos claros e cabelos lisos e de classe alta. A pesquisa apontou que 58% das pessoas entrevistadas entendiam que as propagandas mostravam as mulheres como objeto sexual, e que 84% concordavam que o corpo das mulheres era usado para promover a venda de produtos. Quando indagadas sobre eventuais punições por propagandas que mostram as mulheres de modo ofensivo, 70% responderam que defendiam a ideia da sanção. Ainda sobre o princípio do controle e da regulação da mídia, vale lembrar também o dado da Fundação Perseu Abramo (2010), que indicou que 74% das pessoas entrevistadas concordavam em parte ou totalmente com o controle da programação e da publicidade na TV; 38% consideravam que o controle deveria ser feito pelas próprias redes de televisão e agências de publicidade; 20% achavam que o controle deveria ser feito por órgão ou conselho com pessoas da sociedade; e 37% acreditavam que deveria existir maior fiscalização ou censura por parte do governo.

Atualmente, e desde 1980, o único órgão de regulação da propaganda no Brasil é o Conar. Para Gasparetto (2014, p. 94),

O Conar carece de um espaço para a participação permanente da sociedade civil organizada que luta pela democratização da comunicação, pelos direitos das mulheres e de defesa de consumidores(as). O próprio Estado faz representações junto ao Conar, mas não tem assento dentro do órgão.

Para a autora, o órgão obedece muito mais à lógica de mercado do que a princípios de direitos humanos, igualdade ou justiça social, não conseguindo, portanto, atender à demanda por uma publicidade não sexista e não racista, e muito menos por uma comunicação democrática e participativa.

A representação das mulheres nos meios de comunicação também passa pelas notícias jornalísticas e pela maneira como elas lidam não apenas com as mulheres como sujeitos, mas com temáticas caras à luta feminista por direitos.

Pesquisa conduzida pela Agência de Notícias sobre os Direitos da Infância (ANDI), em parceria com o Instituto Patrícia Galvão e o Observatório Brasil da Igualdade de Gênero, monitorou a cobertura de dezesseis jornais brasileiros, entre janeiro e dezembro de 2010, a respeito de três temas: Violência contra as Mulheres; Mulheres, Poder e Política; e Mulheres e Trabalho. Registraram um total de 2.381 notícias catalogadas sobre os três campos.

Sobre o tema da Violência contra as Mulheres, a análise do monitoramento apontou para a individualização do problema da violência como tendência de abordagem dos meios: 73,78% das notícias catalogadas traziam esse enfoque, e apenas 2,13% delas faziam menção a políticas públicas na área. Segundo o estudo, “este dado permite afirmar que, ao menos na cobertura desta temática, a imprensa deixa de lado seu importante papel no monitoramento e avaliação das ações do poder público voltadas à prevenção e ao combate de problemas sociais” (Vivarta, 2011, p. 8).

Mereceu destaque também a ausência de aprofundamento no tratamento do tema: 80% das notícias analisadas não fazem a denúncia da violência como um problema a ser enfrentado pelo Estado e pela sociedade; e 86,7% delas não mencionam nenhuma das legislações existentes. Conforme destacado no relatório,

“dentre as poucas que trazem alguma alusão a marcos regulatórios vigentes, a maior parte cita a Lei Maria da Penha” (Vivarta, 2011, p. 9).

De maneira semelhante, a abordagem mais comum registrada para a cobertura do tema Mulheres e Trabalho é também aquela que individualiza o assunto, definindo o foco no relato de trajetórias profissionais ou pessoais de destaque, retirando-as de seu contexto social mais amplo e retirando seu caráter político – eximindo-se, assim, de qualquer responsabilidade no tratamento crítico da matéria. O tema da dupla jornada é ignorado por 85% das notícias catalogadas, sendo abordado, nos poucos casos em que aparece, com “um viés que acentua a visão naturalizada de que a casa é responsabilidade da mulher” (Vivarta, 2011, p. 11). O relatório destaca também a quase ausência do debate acerca das desigualdades salariais entre homens e mulheres: 91% das notícias não apresentam nenhuma menção ao assunto.

No caso das notícias sobre o tema Mulheres, Política e Poder, ressalta-se que o monitoramento foi feito durante o ano da primeira campanha eleitoral da então candidata à Presidência da República, Dilma Rousseff, o que fez com que houvesse uma profusão maior de notícias. A pesquisa revela uma tendência à estereotipia das candidaturas femininas, ainda que de maneira mais cuidadosa e menos profusa do que em momentos anteriores. O texto afirma que (Vivarta, 2011, p. 13):

A referência a aspectos físicos – cabelo, roupa, peso, maquiagem, cirurgia plástica, por exemplo, é utilizada com relativa parcimônia pelos profissionais de imprensa: 14% das notícias trazem esse tipo de abordagem. Contudo, convém ressaltar que a quase totalidade desses textos (78% dos 14%) descreve aspectos físicos exclusivamente das mulheres – o que pode revelar desigualdade de gênero no tratamento jornalístico da questão. O mesmo pode ser observado quando está em foco a vida privada dos candidatos e candidatas. Embora a maioria dos textos não faça uso desse tipo de abordagem, quando ela ocorre diz respeito, majoritariamente, às mulheres.

O relatório *Tendências mundiais sobre liberdade de expressão e desenvolvimento de mídia*, publicado pela UNESCO em 2016, destaca a baixa alteração da tendência à exclusão da temática de gênero da mídia noticiosa tradicional e da ainda baixa referência ao tema também nas mídias alternativas (Radsch e Pollack, 2016, p. 36).

Somente um quarto das pessoas mencionadas nos noticiários eram mulheres, pouco mais de um terço dos profissionais da indústria da mídia eram mulheres, o “telhado de vidro” permaneceu intacto, e as mulheres continuam pouco representadas em termos de reconhecimento profissional. As tendências legais e políticas em liberdade midiática nos últimos seis anos têm feito muito pouco no sentido de reconhecer as exclusões de gênero ou de abordar as desigualdades estruturais do acesso de mulheres à mídia, tanto *off-line* quanto *online*.

Ainda assim, em que pese a manutenção das desigualdades em nível mundial, o relatório reconhece a ampliação da presença das mulheres no campo da comunicação, seja por meio de uma maior participação feminina como profissionais em veículos de mídia tradicional, seja pelo fortalecimento da voz e pela multiplicação dos posicionamentos das mulheres nas mídias alternativas – em particular, na mídia *online*.

Destaque é dado à maior presença das mulheres nos meios de comunicação a partir da disseminação acelerada das fontes *online* de notícias – *sites*, *blogs* e redes sociais. São as novas tecnologias da informação, com todas as contradições que carregam, que parecem ter criado espaços de protagonismo da participação feminina no mundo da comunicação.

4 MULHERES E TICS

Em 1995, ano da realização da Conferência de Pequim, a internet era uma realidade insurgente, ainda pouco disseminada na maioria dos países em desenvolvimento. No Brasil, é no início da década de 1990 que as redes de computadores começam a ser utilizadas por instituições acadêmicas e organizações

não governamentais, merecendo destaque o protagonismo inovador do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), e a participação decisiva do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e da Association for Progressive Communication (APC) no impulso à organização de uma rede no marco da realização da Conferência sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Rio 92 (Carvalho, 2006).

Durante a Conferência de Pequim, também por meio da ação da APC, a internet foi utilizada com grande êxito para a comunicação e disseminação dos debates e conteúdos do encontro, fazendo da conferência um marco na relação das mulheres com as tecnologias da informação e comunicação, conforme destacado na narrativa de Montserrat Boix,⁴ reproduzida a seguir:

Centenas de mulheres comprovaram, em primeira mão, as possibilidades das Novas Tecnologias da Comunicação. Os correios eletrônicos enviados a todo o mundo durante as sessões permitiram o acesso à informação aos grupos que não puderam viajar a Pequim, sem depender dos meios de comunicação tradicionais, que, por outro lado, não se destacaram pela brilhante cobertura do evento. Junto à reivindicação do uso da comunicação para o empoderamento das mulheres, e à exigência da democratização dos meios, constatou-se que existiam outros caminhos a explorar, um novo mundo a se descobrir e ocupar um mundo no qual, talvez, coubesse a possibilidade de inverter valores, e um espaço ainda não manipulado a se utilizar na luta das mulheres. Pequim marca, sem dúvidas, um antes e um depois no desenho de estratégias políticas do uso das novas tecnologias por parte das mulheres, e nessa época assistimos ao nascimento de numerosos projetos que consolidaram, com o passar do tempo, sua presença na rede. (Tradução nossa.)

4. BOIX, Montserrat. *La comunicación como aliada: tejiendo redes de mujeres*. Disponível em: <https://www.nodo50.org/ameco/Tejiendo_redes_de_mujeres.pdf>. Acesso em: 8 set. 2016.

De lá para cá, a rede mundial de computadores se ampliou rápida e profundamente, tornando-se diversa, sofisticada e absolutamente necessária. Foi absorvida pelas mulheres em seus cotidianos, em suas profissões e em suas relações, e por movimentos e organizações feministas em seus processos organizativos, de formação, comunicação e incidência política.

Segundo os registros da PNAD, por meio do Suplemento sobre Acesso à Internet e à Televisão e Posse de Telefone Móvel Celular para Uso Pessoal, o acesso à rede vem aumentando exponencialmente. No texto de divulgação da pesquisa de 2014, o IBGE destaca que, entre 2004 e 2012, o acesso à internet em domicílio saltou de 6,3 milhões para 25,7 milhões (IBGE, 2015, p. 40). Um crescimento acelerado, mas que ainda esbarra em limitações consideráveis. Afirma o instituto que:

Em 2014, mais da metade dos domicílios particulares permanentes passaram a ter acesso à Internet, saindo de 48,0%, em 2013, para 54,9%, em 2014, o equivalente a 36,8 milhões de domicílios. As proporções eram muito distintas, considerando a situação do domicílio: 60,8% na área urbana e 18,5% na área rural.

Assim, ainda que o acesso e o uso da internet venham se disseminando rapidamente no Brasil, existem espaços – físicos e políticos – de importante desaceleração no que se refere ao direito efetivo à comunicação e também no que se refere à igualdade de gênero no campo da luta pelo direito à comunicação no país. Em uma análise sobre a relação das mulheres com a cultura digital no Brasil, Natansohn, Brunet e Paz (2011, p. 4) questionam:

Na última década, o número de mulheres que começaram a acessar a internet cresceu enormemente, fazendo com que o número de homens e mulheres *online* se igualasse. A questão é como estas mulheres estão usando a rede. É neste sentido que as primeiras ciberfeministas questionaram: a internet é somente um novo mercado para comprar, impor conceitos tradicionais de beleza e manter o sistema? Podemos afirmar que as entidades governamentais e não governamentais que trabalham pela cultura e inclusão digital não têm tomado as

questões de gênero como pivô das suas ações. Todavia, se no universo – masculino – do *software* livre e cultura digital não parece haver sensibilidade para as questões feministas, o campo do feminismo tampouco parece haver atentado suficientemente para as questões da cultura digital. E as poucas iniciativas de mulheres para a cultura digital parecem não se identificar com o movimento feminista tradicional.

4.1 ACESSO E INCLUSÃO DIGITAL

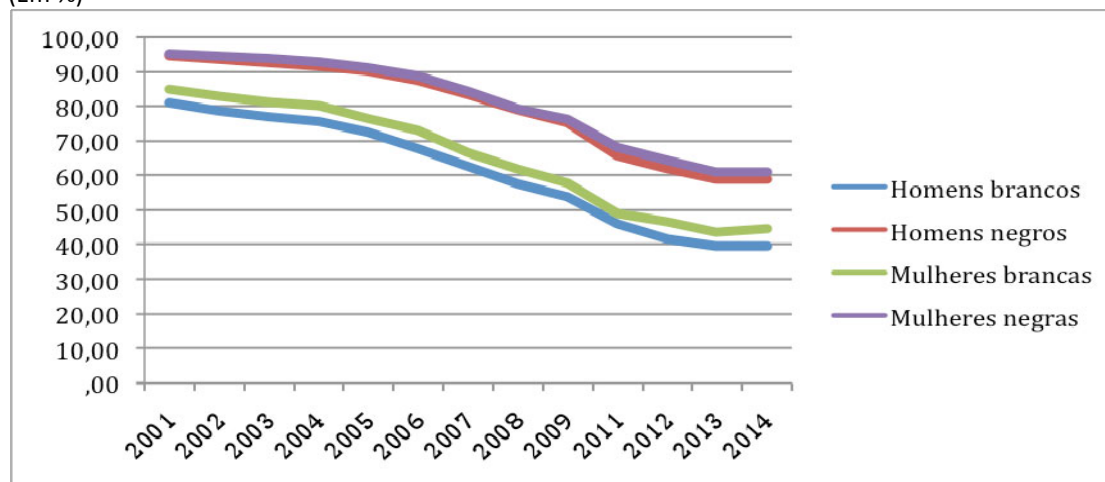
É acentuada a evolução de domicílios com microcomputador e com acesso à internet ao longo da última década. Os dados da PNAD apresentados no Retrato das Desigualdades nos mostram um país de acesso extremamente limitado em 2001, com 84,9% de domicílios chefiados por mulheres brancas, e 95,2% daqueles chefiados por mulheres negras sem microcomputador (ver gráfico 1). Dez anos depois, em 2011, esses percentuais já haviam caído para 49,1%, no caso dos domicílios chefiados por mulheres brancas, e 68,3%, no caso daqueles chefiados por mulheres negras. E, em 2014, os percentuais registrados foram de 44,8% e 61,4%, respectivamente.

Cabe ressaltar aqui a maior relevância das desigualdades raciais, as quais definem um hiato que permanece quase inalterado ao longo de todo o período. O hiato de gênero, bem menor, ainda que também perceptível, tampouco se altera de maneira significativa, o que parece sugerir a ausência de políticas públicas de inclusão digital sensíveis às desigualdades de gênero e raça no Brasil.

GRÁFICO 1

Proporção de domicílios que não possuem microcomputador, por sexo do/a chefe do domicílio, segundo cor/raça (2001-2014)

(Em %)



Fonte: IBGE/Pnad – disponíveis em Ipea/ Retrato das desigualdades de gênero e raça
Elaboração da autora.

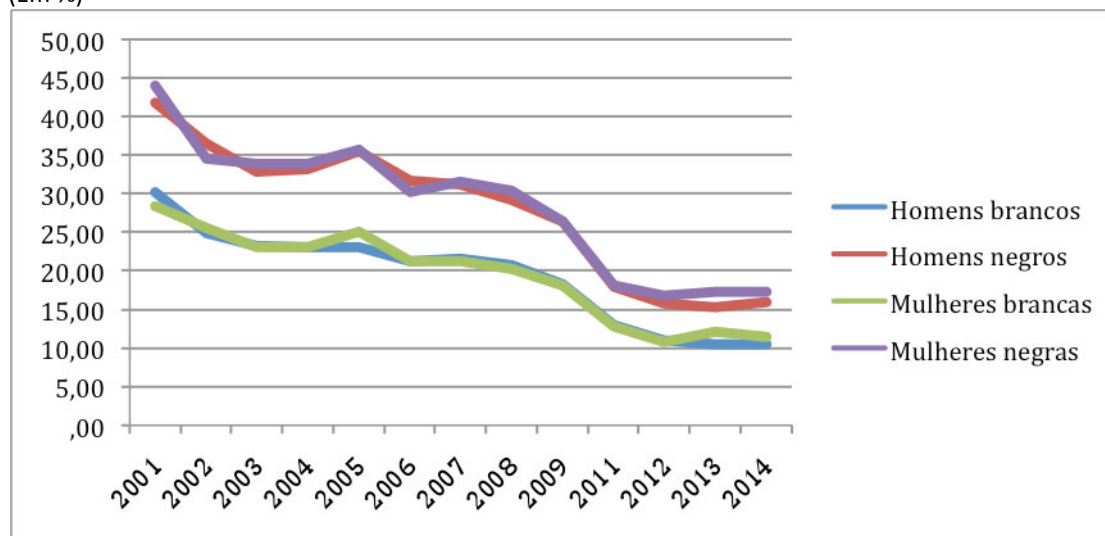
Os dados sobre falta de acesso à internet nos domicílios brasileiros com microcomputador (gráfico 2) seguem tendência semelhante no que se refere à ampliação do acesso. Ou seja, ao longo do período (2001 a 2014), cresceu o número de domicílios com microcomputador com acesso à rede.

O hiato racial, nesse caso, foi ligeiramente estreitado, sugerindo uma possível tendência à equalização a partir de um patamar determinado de renda (assumindo como hipótese que são as famílias de uma determinada faixa de renda que possuem microcomputador em domicílio). Já o hiato de gênero oscila entre homens e mulheres negros e entre homens e mulheres brancas ao longo do período, com momentos de menor acesso nos domicílios chefiados por mulheres e outros de menor acesso nos domicílios chefiados por homens.

GRÁFICO 2

Proporção de domicílios com microcomputador que não possuem acesso à internet, por sexo do/a chefe do domicílio, segundo cor/raça (2001-2014)

(Em %)



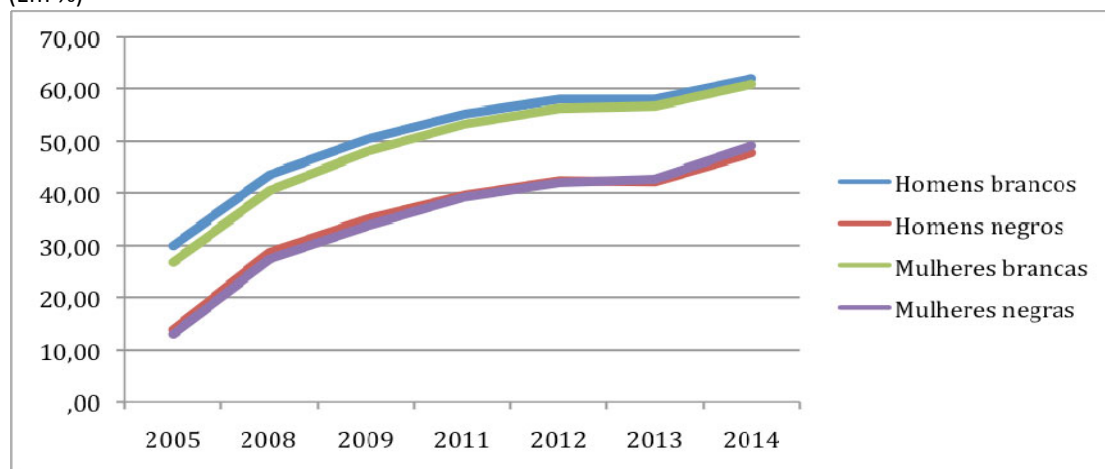
Fonte: IBGE/Pnad – disponíveis em Ipea/ Retrato das desigualdades de gênero e raça
Elaboração da autora.

O acesso à internet, seja a partir do domicílio, seja de outro local, cresceu significativamente no país entre 2005 e 2014. Também nesse caso, observa-se que a desigualdade mais marcante (consideradas as de gênero e raça, apenas) é a racial, com o hiato entre mulheres e homens brancos, e mulheres e homens negros praticamente intocado ao longo de todo o período.

GRÁFICO 3

Proporção da população de 10 anos de idade ou mais que acessou a internet de algum local, por sexo, segundo cor/raça (2005 e 2008-2014)

(Em %)



Fonte: IBGE/Pnad – disponíveis em Ipea/ Retrato das desigualdades de gênero e raça
Elaboração da autora.

De forma complementar à leitura dos dados da PNAD/IBGE divulgados pelo Retrato das Desigualdades (IPEA, 2014), selecionamos alguns dos dados produzidos pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC),⁵ que coleta e produz dados sobre as tecnologias da informação e comunicação no Brasil desde 2005. Vale ressaltar que os dados não estão desagregados por raça/cor, o que representa uma perda importante para a construção de qualquer análise sobre o tema.

Em 2005, de acordo com os dados do CETIC, 28% das mulheres e 32% dos homens entrevistados haviam utilizado um computador nos últimos três meses. Em 2015, os percentuais eram, respectivamente, de 40% e 38%. Com relação ao uso da internet, o registro da CETIC é de que, em 2005, 10% das mulheres e 13% dos homens entrevistados tinham usado a internet nos últimos três meses anteriores à pesquisa. Já em 2015, as proporções eram de 44% para as mulheres e 49% para os homens. Interessante observar:

- o forte crescimento na proporção de indivíduos que utilizaram a internet nos últimos três meses, entre 2005 e 2015;
- o fato de que a proporção de indivíduos que acessaram a internet em 2015 é superior à proporção de pessoas que utilizaram um computador, donde podemos inferir que uma parcela considerável da população faz uso da internet apenas via *smartphones*; e
- o fato de que mais mulheres do que homens utilizaram computador em 2015, ainda que menos mulheres do que homens tenham utilizado a internet no mesmo período.

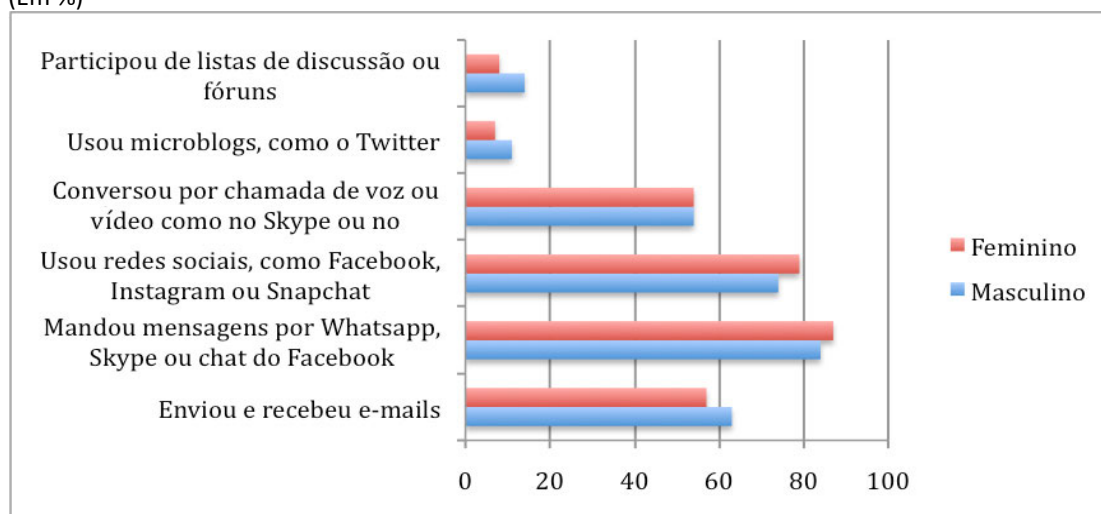
5. De acordo com a página do Centro na Internet, “o Cetic.br é um departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR ([Nic.br](http://nic.br)), que implementa as decisões e projetos do Comitê Gestor da Internet do Brasil. Por meio do Cetic.br, o NIC.br e o CGI.br realizam sua atribuição de promover pesquisas que contribuam para o desenvolvimento da Internet no país. Dentre os objetivos do Cetic.br, estão a elaboração de indicadores e a condução de pesquisas relacionadas ao acesso e uso das TIC no Brasil. O processo de pesquisa é estruturado de forma multiparticipativa, contando com um grupo de mais de 200 especialistas da academia, organizações sem fins lucrativos e do governo, que colaboram voluntariamente com a definição metodológica e processo de análise dos resultados das pesquisas”.

Também de acordo com os dados da CETIC, em 2015, 83% dos homens e 80% das mulheres utilizavam a internet todos os dias ou quase todos os dias. Do total de entrevistados e entrevistadas naquele ano, 11% dos homens e 10% das mulheres utilizavam a internet apenas pelo computador; 31% dos homens e 39% das mulheres, apenas pelo celular; e 57% dos homens e 51% das mulheres, tanto pelo computador, quanto pelo celular. Chama a atenção, nesse caso, a superação da proporção de mulheres, em relação aos homens, que utilizam apenas o celular para acessar a rede.

Outro dado interessante apresentado pela CETIC diz respeito à utilização da internet para buscar informações acerca de serviços públicos.⁶ O único serviço em que a proporção de usuárias do sexo feminino supera a proporção dos usuários do sexo masculino é o de saúde pública: em 2015, foram 13% de homens e 16% de mulheres que utilizaram esses serviços pela internet.

GRÁFICO 4

Proporção de usuários de internet, por atividades realizadas na internet – comunicação
(Em %)



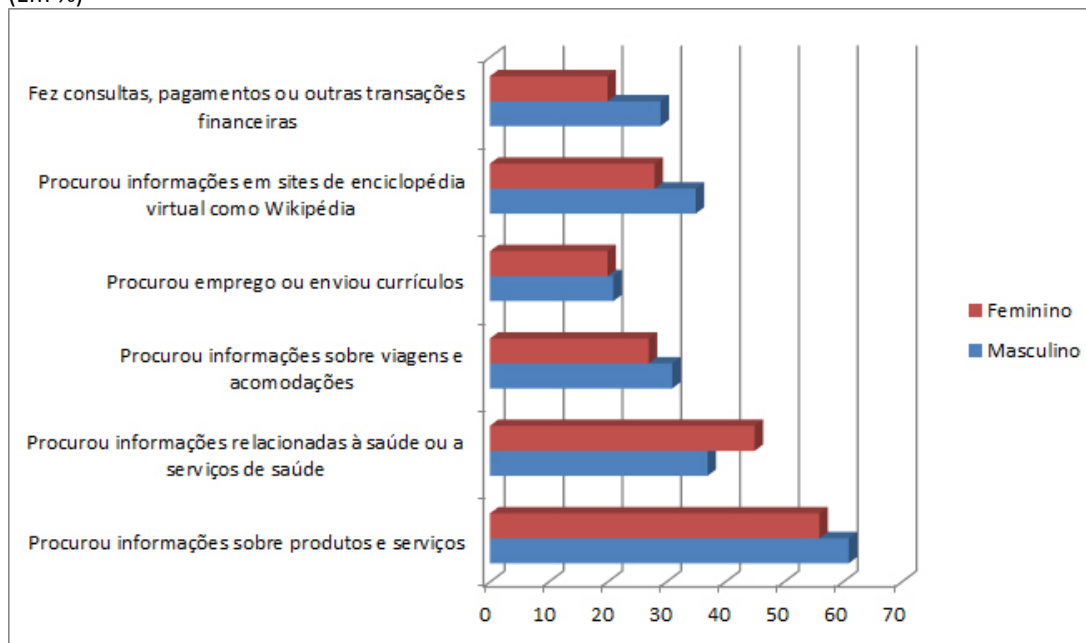
Fonte: CETIC, 2015. Disponível em: <<https://www.cetic.br/tics/domicilios/2015/individuos/C5/>>.

Elaboração da autora.

6. As categorias consideradas são: *i*) documentos pessoais, como Registro Geral (RG), Cadastro de Pessoa Física (CPF), passaporte e carteira de trabalho; *ii*) saúde pública, como agendamento de consultas, remédios e outros serviços do sistema público de saúde; *iii*) educação, como Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), Programa Universidade para Todos (Prouni), matrícula em escolas ou universidades públicas; *iv*) direitos do trabalhador ou previdência social, como Imposto Nacional do Seguro Social (INSS), Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), seguro-desemprego, auxílio-doença ou aposentadoria; *v*) impostos e taxas governamentais, como declaração de imposto de renda, Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores (IPVA) ou Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU); *vi*) polícia e segurança, como boletins de ocorrência, antecedentes criminais ou denúncias; *vii*) transporte público ou outros serviços urbanos, como limpeza e conservação de vias, iluminação.

GRÁFICO 5

Proporção de usuários de internet, por atividades realizadas na rede – busca de informações
(Em %)

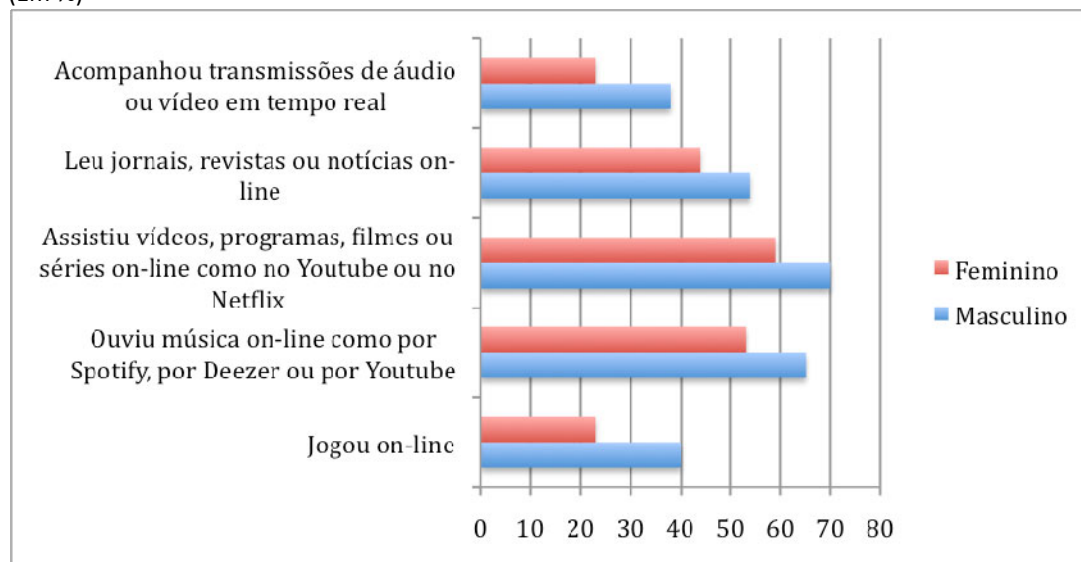


Fonte: CETIC, 2015. Disponível em: <<https://www.cetic.br/tics/domicilios/2015/individuos/C6/>>.

Elaboração da autora.

GRÁFICO 6

Proporção de usuários de internet, por atividades realizadas na internet – multimídia
(Em %)

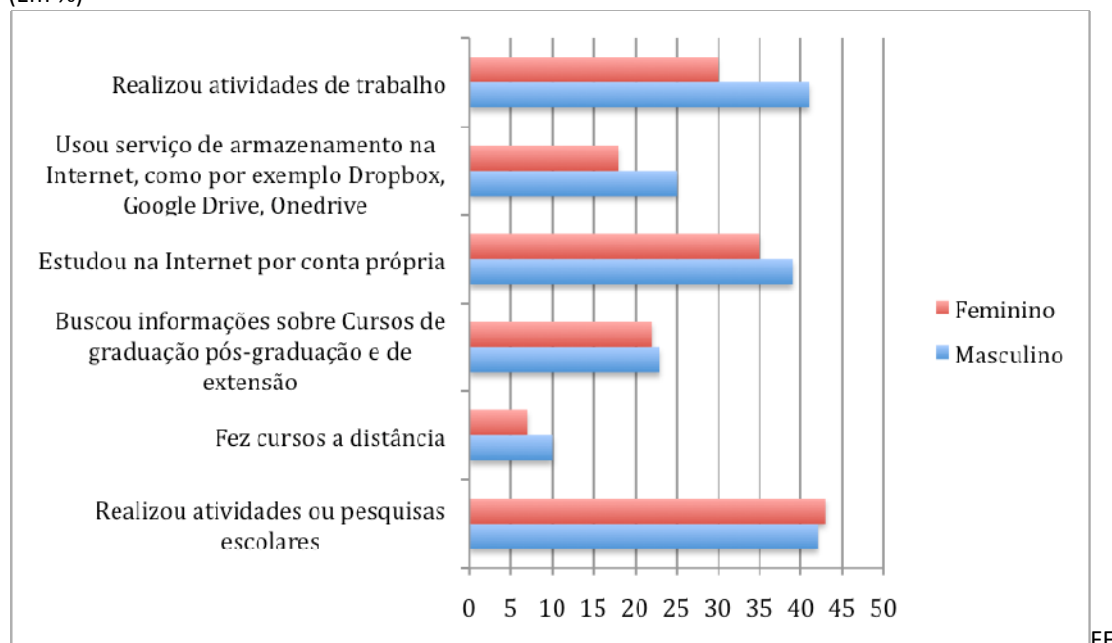


Fonte: CETIC, 2015. Disponível em: <<https://www.cetic.br/tics/domicilios/2015/individuos/C7/>>.

Elaboração da autora.

GRÁFICO 7

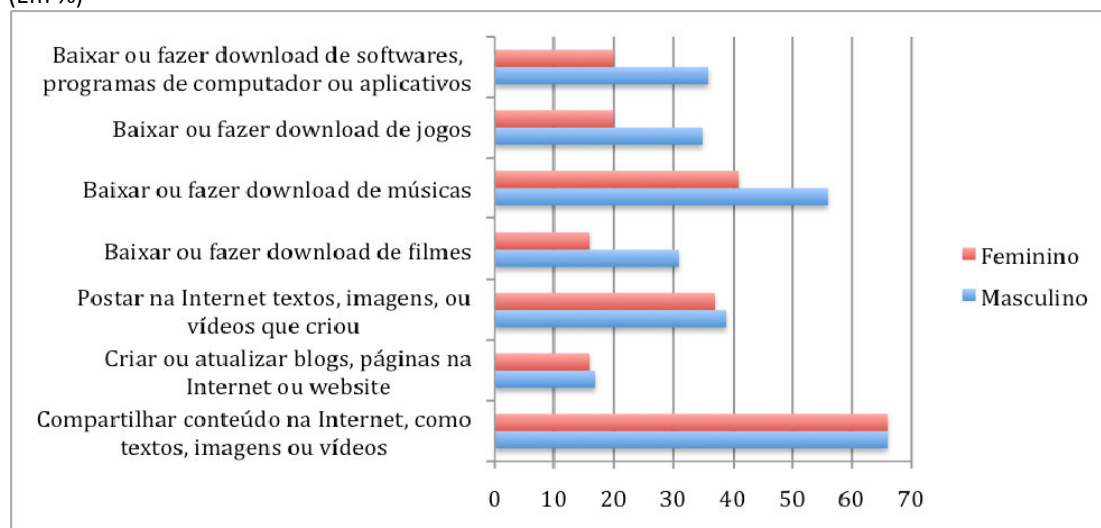
Proporção de usuários de internet, por atividades realizadas na internet – educação e trabalho
(Em %)



Fonte: CETIC, 2015. Disponível em: <<https://www.cetic.br/tics/domicilios/2015/individuos/C8/>>.
Elaboração da autora.

GRÁFICO 8

Proporção de usuários de internet, por atividades realizadas na rede – downloads, criação e compartilhamento de conteúdos
(Em %)



Fonte: CETIC, 2015. Disponível em: <<https://www.cetic.br/tics/domicilios/2015/individuos/C9/>>.
Elaboração da autora.

5 REDES SOCIAIS

Se na década de 1990 a internet revolucionou a comunicação, durante a primeira década do novo milênio foi a vez das redes sociais. A rápida e exponencial

disseminação dessas ferramentas por indivíduos e coletivos mundo afora redesenhou comportamentos, remodelou relações e reconfigurou a ação social.

No Brasil, o fenômeno iniciado pelo Orkut foi ganhando proporções cada vez maiores com a entrada e apropriação de redes como Facebook, Twitter, Instagram e Tumblr. Atualmente, segundo dados de pesquisa realizada pela Fundação Telefônica Vivo (2016, p. 24), 95% dos jovens entrevistados afirmaram acessar ao menos uma conta em redes sociais.

Para as mulheres, e em particular para as mulheres jovens, a vida social deslocada para os ambientes digitais parece apresentar desafios e potencialidades na mesma medida. De um lado, estão as mesmas e velhas estruturas sexistas que organizam as sociedades contemporâneas e que encontraram nas redes sociais espaços de quase anonimato e considerável amplificação da voz. O comentário sexista, homofóbico ou racista que se faz a um *post* ou a um texto que circula na rede é visualizado, respondido, apoiado e contestado por centenas, milhares, às vezes, milhões de pessoas.

No Brasil, os casos de racismo virtual começaram a crescer em uma tal proporção, que a organização de mulheres negras CRIOLA desenvolveu, em 2015, a campanha “Racismo Virtual: As Consequências são Reais”. A campanha expõe uma série de comentários racistas feitos e repercutidos nas redes sociais, com destaque para o caso da jornalista Maria Julia Coutinho (Maju), apresentadora da TV Globo, que sofreu ataques racistas após sua primeira participação na emissora.

A repercussão dos casos de assédio a mulheres nas redes sociais, o *women shaming*, como ficou conhecido em inglês, também sinaliza para a impunidade e o pretenso anonimato que se imagina ter nas interações virtuais nesses espaços, além de explicitar a permanência do sexismo na construção das relações e interações sociais.

Do outro lado, observa-se o fortalecimento da organização e da mobilização para o enfrentamento da violência virtual racista e sexista. A participação das mulheres nas redes sociais também se desenha a partir do enfrentamento e da luta direta contra a discriminação e as manifestações de sexismo e racismo.

É também nas redes sociais que as mulheres se organizam, se posicionam, se apoiam, expõem suas experiências de discriminações sofridas, compartilham

histórias de abuso, violência, assédio; organizam manifestações, campanhas, ações pontuais e movimentos de mais longa duração. Ferreira (2013, p. 35), ao analisar a organização e realização das várias edições da Marcha das Vadias Brasil afora, destaca que:

a internet se constrói como um espaço de publicação feminista alternativa que, diferentemente dos panfletos e fanzines que fizeram parte da mobilização das feministas até meados dos anos 90, possibilita uma maior difusão dos materiais produzidos e também de um retorno por parte das pessoas que têm acesso a essas publicações. Ou seja, a internet se apresenta como um lugar em que as ideias podem ser divulgadas e debatidas. Entretanto, a internet também se constrói como um espaço de repressões, em que a nudez feminina e a explicitação de uma sexualidade não-heteronormativa podem ser encaradas como alvo de proibição.

Atualmente, não parece mais ser possível analisar a participação social e o ativismo político sem considerar a importância das redes sociais para a organização, divulgação e sustentação de determinadas lutas – e a luta feminista parece ter se apropriado dessas ferramentas com particular intensidade. O estudo da Fundação Telefônica Vivo (2016, p. 141) destaca:

alguns fenômenos recentes de participação social têm relação ainda mais estreita com a internet, na medida em que ficam circunscritos às próprias plataformas de interação, ao espaço *online*. O exemplo que melhor ecoou entre a juventude conectada brasileira foi, em 2015, a inundação do Twitter e do Facebook por *hashtags* feministas. Iniciado por um grupo de discussão *online* sobre feminismo (o Talk Olga), esse movimento propunha que garotas e mulheres adultas compartilhassem em suas redes sociais depoimentos pessoais demarcados com a *hashtag* #meuprimeiroassedio. A proposta era qualificar os números levantados pela

Campanha Chega de Fiu Fiu por meio de uma pesquisa *online* sobre assédio, traduzindo os altos índices em histórias do dia a dia, compartilhadas por pessoas de diferentes círculos de relacionamento. Somente no Twitter, foram registrados cerca de 90 mil depoimentos. Na percepção dos especialistas, o fenômeno esteve circunscrito às classes média e alta, não chegando a atingir jovens de baixa renda.

A capacidade de as manifestações e as ações políticas “espontâneas” viabilizadas e multiplicadas por meio das redes sociais se tornarem movimentos de caráter mais amplo e duradouro, com organização e hierarquias internas, estratégia e ações continuadas, é bastante questionada por alguns analistas. Bauman, por exemplo, vê com ceticismo o potencial de fato transformador dessas ações. Em entrevista publicada pelo *site* Outras Palavras, em 2016,⁷ o sociólogo afirma que “estes protestos permitem a explosão coletiva de problemas diversos, e de demandas individuais, por um lapso breve de tempo, como no carnaval – mas a raiva não se transforma em mudança compartilhada”.

No entanto, se estamos de fato no “interregno” gramsciano, como sugere o próprio Bauman – nesse espaço intermediário entre um estado de coisas obsoleto e outro ainda a ser inventado – pouco podemos antever do novo que vem por aí – de suas formas, seus repertórios, suas configurações. O que parece inequívoco, no entanto, é que o novo circulará e se difundirá pelas redes. Não será televisionado, mas pirateado, hackeado e apropriado por mulheres autônomas e coletivizadas, nas ruas e nas telas.

7. Disponível em: <<http://outraspalavras.net/posts/bauman-examina-crise-da-internet-e-da-politica/>>.

REFERÊNCIAS

BARRETO, A. A Mulher no Ensino Superior: distribuição e representatividade. **Cadernos do GEA**, Rio de Janeiro, n. 06, jul.-dez. 2014.

CARVALHO, M. S. R. M. de. **A trajetória da internet no Brasil: do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança**. 2006. Dissertação (Mestrado) – COPPE, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

DATA POPULAR; INSTITUTO PATRÍCIA GALVÃO. **Representações das mulheres nas propagandas de TV**. São Paulo: Data Popular, Instituto Patrícia Galvão, 2013.

ESCOSTESGUY, A. C. D.; MESSA, M. R. Os estudos de gênero na pesquisa em comunicação no Brasil. *In*: ESCOSTEGUY, A. C. D. (Org.). **Comunicação e gênero: a aventura da pesquisa**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. p. 14-29.

FERREIRA, G. de S. Feminismo e redes sociais na marcha das vadias no Brasil. **Revista Ártemis**, v. XV, n. 1, p. 33-43, jan./jul. 2013. Disponível em:
<file:///C:/Users/r1732375/Downloads/16636-28899-2-PB.pdf>.

FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. **Mulheres Brasileiras e Gênero nos Espaços Público e Privado. Pesquisa de Opinião Pública**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2010.

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO. **Juventude Conectada 2**. 1. ed. São Paulo: Fundação Telefônica Vivo, 2016.

GASPARETTO, V. F. **A busca por uma cidadania da imagem: organização, lutas e articulação de políticas públicas no Brasil pela Rede Mulher e Mídia**. 2014. Dissertação (Mestrado) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC, 2014.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal: 2014**. Rio de Janeiro: Coordenação de Trabalho e Rendimentos, IBGE, 2015.

NATANSOHN, G.; BRUNET, K. S.; PAZ, M. D. Mulheres na cultura digital: perspectivas e desafios. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE. 13. 2011, Maceió, Alagoas; Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, **Anais...** 15 a 17 de junho de 2011.

OLIVEIRA, Z. L. C. de; BELCHIOR, J. R. Emprego em TICs e gênero no ramo de informática: uma primeira exploração. *In*: **Ciências Sociais Unisinos**, Porto Alegre, v. 45, n. 1, p. 27-33, jan.-abr. 2009.

ONU – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Declaração e Plataforma de Ação. CONFERÊNCIA INTERNACIONAL SOBRE A MULHER. 4. 1995, Pequim, **Anais...** Pequim: ONU, 1995.

RADSCH, C. C.; POLLACK, R. (Ed.). **Tendências mundiais sobre liberdade de expressão e desenvolvimento de mídia**. Brasília: Unesco, 2016.

VIVARTA, V. (Coord.). **Imprensa e Agenda de Direitos das Mulheres**: uma análise das tendências da cobertura jornalística. Brasília, DF: ANDI; Instituto Patrícia Galvão, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BELELI, I. Corpo e Identidade na propaganda. *In: Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 15, n. 1, p. 193-215, jan.-abr. 2007.

_____. “Eles(as) parecem normais”: visibilidade de gays e lésbicas na mídia. *In: Bagoas: estudos gays, gêneros e sexualidades*, Natal, v. 3, n. 4, p. 113-130, 2009.

MACHADO, J. A. S. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. *In: Sociologias*, Porto Alegre, ano 9, n. 18, p. 248-285, jul.-dez. 2007.

MACIEL, A. D. O lugar das mulheres: gênero e inclusão digital. *In: P2P e Inov.* Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 66-85, set. 2015-fev. 2016.

MARTINS, A. de A. *et al.* A ideologia por trás de um gole de cerveja. *In: Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação*, ano 7, ed. 1, set.-nov. 2013.

SILVEIRA, S. A. A noção de exclusão digital diante das exigências de uma cibercidadania. *In: HETKOWSKI, T. M. Políticas públicas e inclusão digital*. Salvador: EDUFBA, 2008. p. 43-66.

WOTTRICH, L. H.; CASSOL, M. C. N. A publicidade que evoluiu com as mulheres? Um estudo de recepção sobre as representações de gênero. *In: Em Questão*, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 229-244, jul.-dez. 2012.



RETRATO DAS DESIGUALDADES
RETRATO DAS DESIGUALDADES
de Gênero e Raça

Secretaria de
Políticas para
as Mulheres

