

II Encontro Mulheres no Trânsito



1. Contexto

Mulheres no Brasil

- Censo 2022 (Fonte: IBGE)

- Brasil tem **seis milhões de mulheres a mais do que homens.**
- A população brasileira é composta por cerca de 104,5 milhões de mulheres (51,5%) e 98,5 milhões de homens (48,5%).*
- Belo Horizonte tem 2.315.560 pessoas.**
- São 1.239.813 mulheres e 1.075.747 homens

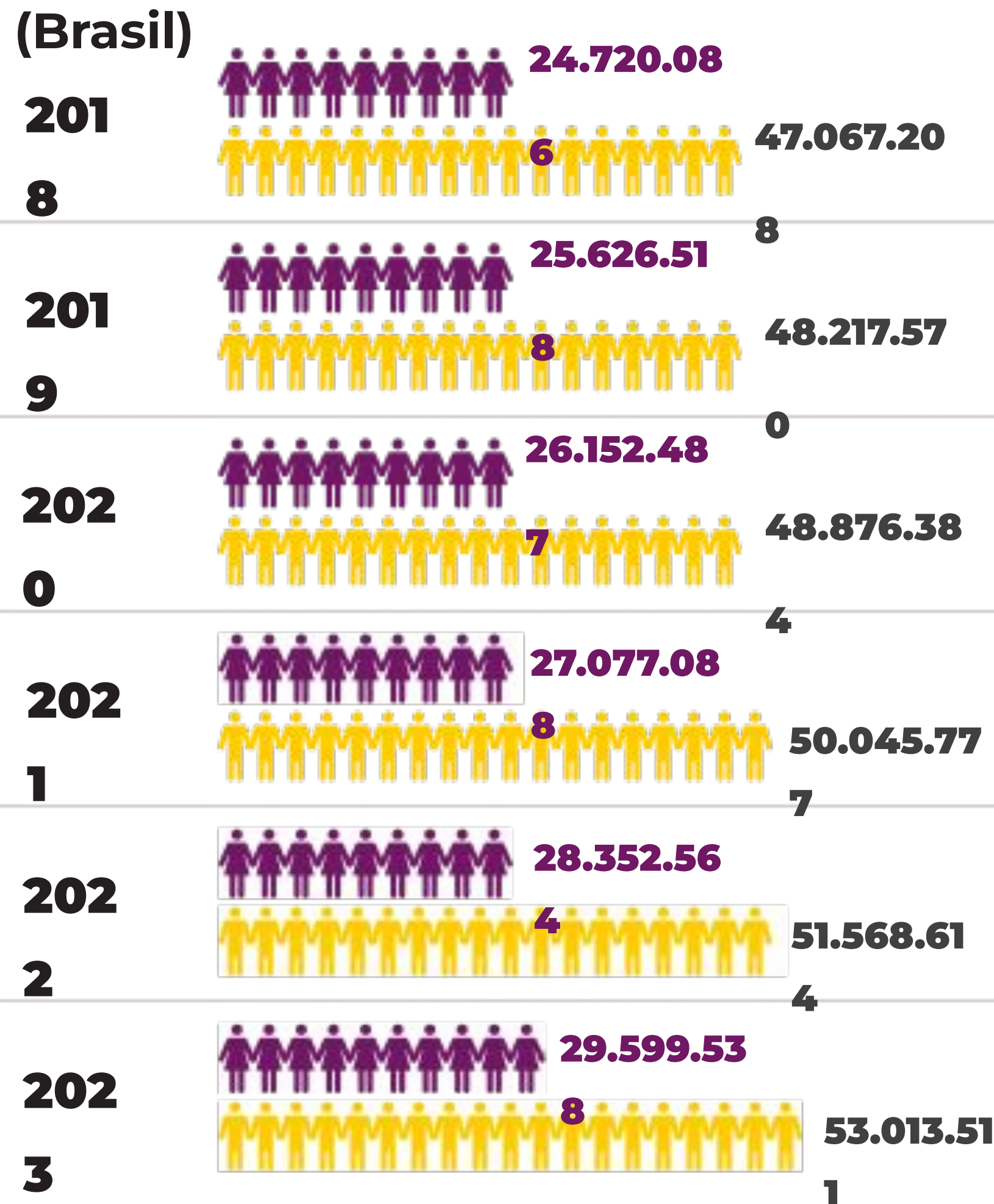


1.2 Contexto

Trânsito/Brasil

Quantidade total de condutores por ano

Condutores habilitados



1.3 Contexto – Trânsito/Brasil

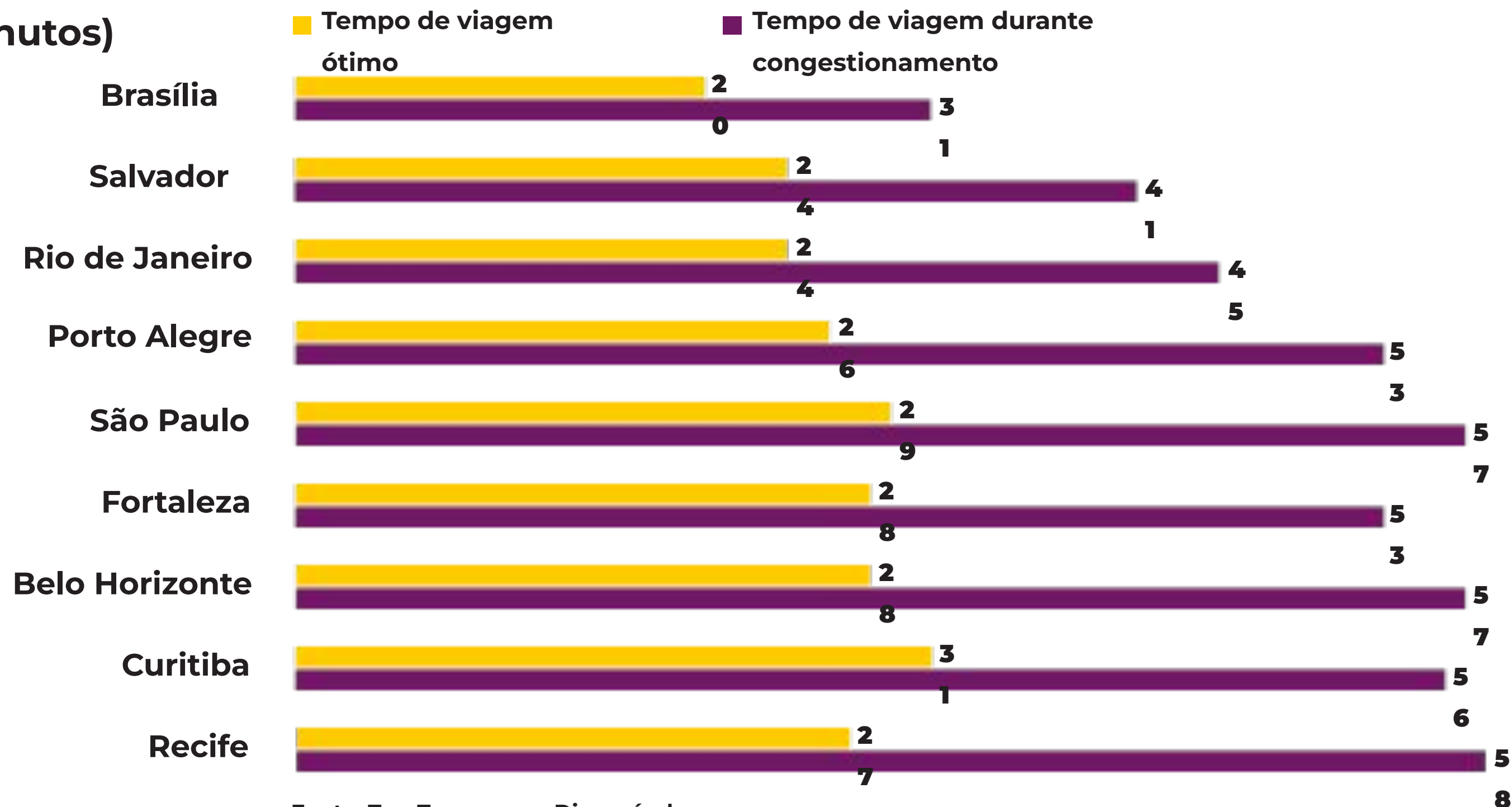
Mulheres habilitadas

		CONDUTORES HOMENS		CONDUTORES MULHERES	
Categoria da CNH	Total de condutores	Total	%	Total	%
A - Moto	2.035.608	1.321.180	64,9%	714.428	35,1%
AB - Moto/Carro	28.074.030	20.074.030	71,5%	7.990.899	28,5%
AC - Moto/Caminhão	1.144.128	1.091.399	98%	22.729	2%
AD - Moto/Ônibus	4.242.716	4.106.127	96,8%	136.589	3,2%
B - Carro	38.372.186	19.115.258	49,8%	19.256.928	50,2%
C - Caminhão	1.105.157	1.039.051	94%	66.106	6%
D - Ônibus	2.823.570	2.685.114	95,1%	138.456	4,9%

1.4 Contexto

Trânsito/Brasil

Tempo diário de viagem, em capitais brasileiras, em um percurso de 10 km (em minutos)



Fonte: TomTom (2023).

Disponível em:

<https://cnt.org.br/documento/a7b963d2-4f4c-4072-a4ba-6e0607ae7bfa>

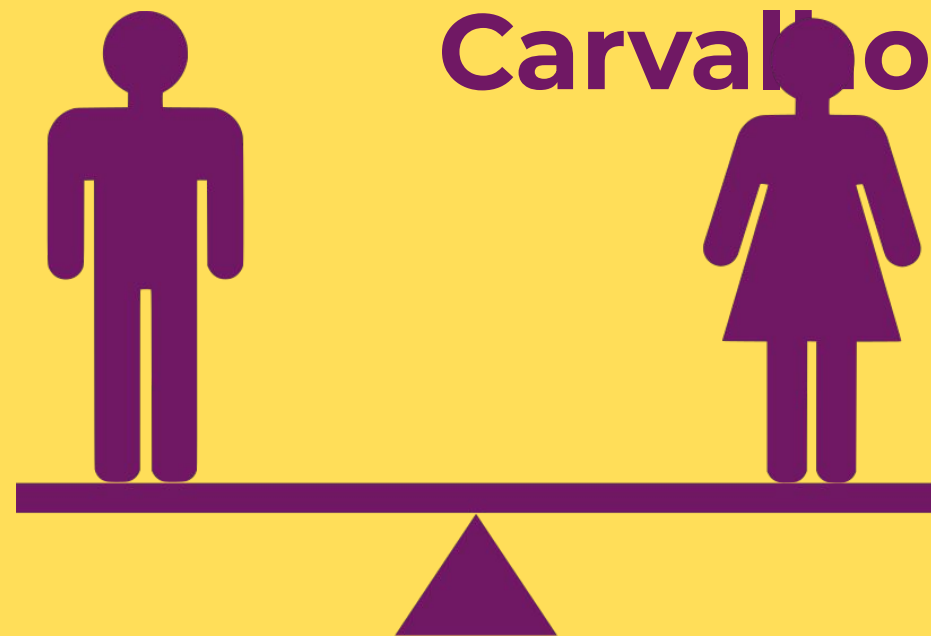
A photograph showing a woman inside a car with her hand pressed against the window, looking towards a man standing outside. The man is partially visible on the right side of the frame, looking towards the woman. The background is blurred, suggesting an outdoor setting.

2. TRÂNSITO, GÊNERO E ESTEREÓTIPOS

2.1 Gênero

Construção social (papéis)

- “O conceito de gênero critica a condição de homem e mulher fixada na diferença sexual.”
- Procura promover a distinção entre sexo e gênero, na perspectiva do que socialmente se constrói (**Pelloso; Carvalho; Higarashi, 2008**, p. 113).





2.2 ESTEREÓTIPO



“

Há uma imagem do mundo mais ou menos ordenada e consistente à qual nossos hábitos (...) se ajustaram

”

(Lippman, 2010, p.96)

- **Imagem de um mundo ao qual nos adaptamos**
- **Não necessariamente correspondente à realidade**

2.2 Estereótipos de gênero

- Surgem como forma de atribuir características específicas, baseados em construções sociais aos gêneros
- Vieses inconscientes
- Atalhos mentais
- Piloto automático dos nossos julgamentos
 - generalizações
- Refletem-se em vários ambientes da sociedade: trabalho,



**“Ela está assim porque
deve estar de TPM”**

“Isso é COISA DE HOMEM”

**“Mulheres NÃO sabem
estacionar”**

“Mulheres são MEDROSAS”

**“Mulheres são mais
EMOTIVAS”**

“Mulheres são PIORES MOTORISTAS”

2.3 Conseqüências dos estereótipos



- Discriminação
- Preconceito
- Impacto na autoestima
- Insegurança
- Restrição de oportunidades
- Restrição de direitos e cidadania



3. COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO

3.1 Comunicação equivocada

Retrata:

- A mulher histórica no trânsito
- O homem que fica bobo ao ver uma mulher passar e bate o carro
- Papéis: homens dirigindo caminhões e ônibus e mulheres indo buscar crianças na escola
- Mulher busca o filho na escola, homem provedor vai ao trabalho
- Ridicularização da mulher no trânsito



3.1 Comunicação equivocada

SEJA MACHO DIRIJA COMO MULHER

FACEBOOK.COM/SEJAMACHODIRIJACOMOMULHER

DE 2007 A 2013, EM SANTA MARIA, 89,83% DOS CONDUTORES QUE FORAM VÍTIMAS FATAIS EM ACIDENTES DE TRÂNSITO ERAM HOMENS.

FONTE: PROCERGS



“Temos que usar a Comunicação e a Educação para combater a desigualdade de gênero. Temos que escolher o que mostrar e como mostrar, combatendo a perpetuação de estereótipos e preconceitos”

<https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2019/12/Cartilha-Sem-Estereotipo-Versao-Digital.pdf>

ATENÇÃO!

A GENTE SABE QUE VOCÊS SÃO CRAQUES EM FAZER VÁRIAS COISAS AO MESMO TEMPO!

MAS EVITE DISTRAÇÕES ENQUANTO DIRIGE.

FIQUE ATENTA AO SEU ENTORNO E AJUDE A PROTEGER OS DEMAIS USUÁRIOS DA VIA, PRINCIPALMENTE OS PEDESTRES E CICLISTAS.

PAZ NO TRÂNSITO COMEÇA POR VOCÊ

Um município:
Laco amarelo
www.lacoamarelo.org.br

PREFEITURA MUNICIPAL DE TAUBATÉ

MUDANÇA DE MENTALIDADE



3.2 Comunicação sem estereótipos

Desafios:

- Usar a Comunicação como uma força (informar, educar, transformar e motivar)
- Retratar mulheres como ativas e capazes (fortes, modernas, independentes)
- Conteúdos livres de preconceito (objetificação, profissões, histeria, submissão, machismo etc)
- Treinamentos organizacionais: tratar do preconceito inconsciente e de questões de inclusão e diversidade.



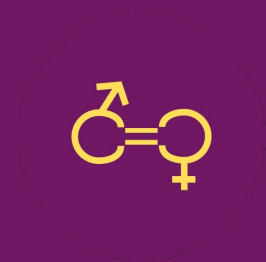
PERSPECTIVA

3 Ps

PERSONALIDADE
E

PRESENÇA
(diversidade)

4. Considerações finais e desafios



Transformação cultural: estereótipos de gênero e a influência na conduta no trânsito



Comunicação e educação



Combate ao machismo estrutural








Legislações



Políticas públicas voltadas à perspectiva de gênero

4. Considerações finais e desafios

-  Recorte de gênero em pesquisas (planejamento sustentável)
-  Metas claras
-  Mensuração de resultados em busca de mudanças efetivas
-  Treinamento de profissionais do trânsito
-  Maior número de profissionais mulheres envolvidas no planejamento das cidades e do trânsito

Obrigada!



[Linkedin - Anelisa Maradei](#)



Mail: anelisa.maradei@pbh.gov.br

SUMOB
SUPERINTENDÊNCIA
DE MOBILIDADE



**PREFEITURA
BELO HORIZONTE**

