

Gênero e raça no setor de publicidade

Núcleo de Estudos Raciais - Insper*

Rafael Tavares[†] Michael França[‡] Lucas C. Rodrigues[§]

Esta versão: 28 de julho de 2021
(clique aqui para última versão)

1 Introdução

Neste material, apresentamos informações sobre desigualdades socioeconômicas entre brancos e negros no setor de publicidade brasileiro. Na medida que os dados permitem, também discutimos como essas desigualdades foram mudando ao longo do tempo.

Ao longo do texto utilizamos três indicadores de desigualdade socioeconômica: Diferenciais no número de colaboradores, Diferenciais salariais, e o Índice de Equilíbrio Racial (IER). Esses indicadores foram calculados a partir dos dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), gerenciada pelo atual Ministério da Economia.

Os indicadores medem desigualdade, mas não necessariamente discriminação.

O diferencial de participação de colaboradores, o diferencial salarial e o IER são medidas que nos informam sobre como a população negra está representada em um determinado grupo ou setor. Nesse caso, o setor de publicidade.

*Agradecemos o apoio do Ministério Público do Trabalho, da procuradora Valdirene Assis e do Rodrigo Fernandes para a realização desse trabalho.

[†]Universidade de São Paulo. E-mail: rafaelaatavares@gmail.com

[‡]Insper Instituto de Ensino e Pesquisa. E-mail: michaeltulioramos@gmail.com

[§]Universidade de São Paulo. E-mail: lucas.ecomg@gmail.com

Desigualdades medidas por esses indicadores capturam elementos de várias dimensões, que incluem discriminação e diferenças de educação e experiência.

2 Grupos de ocupação

Os indicadores são analisados levando em conta 4 diferentes grupos de ocupação¹: Diretores, Gerentes, Cargos Estratégicos do setor (publicitários, redatores, diretores de mídia, arte, criação, e de contas, além de agenciadores de propaganda)², e Outros.

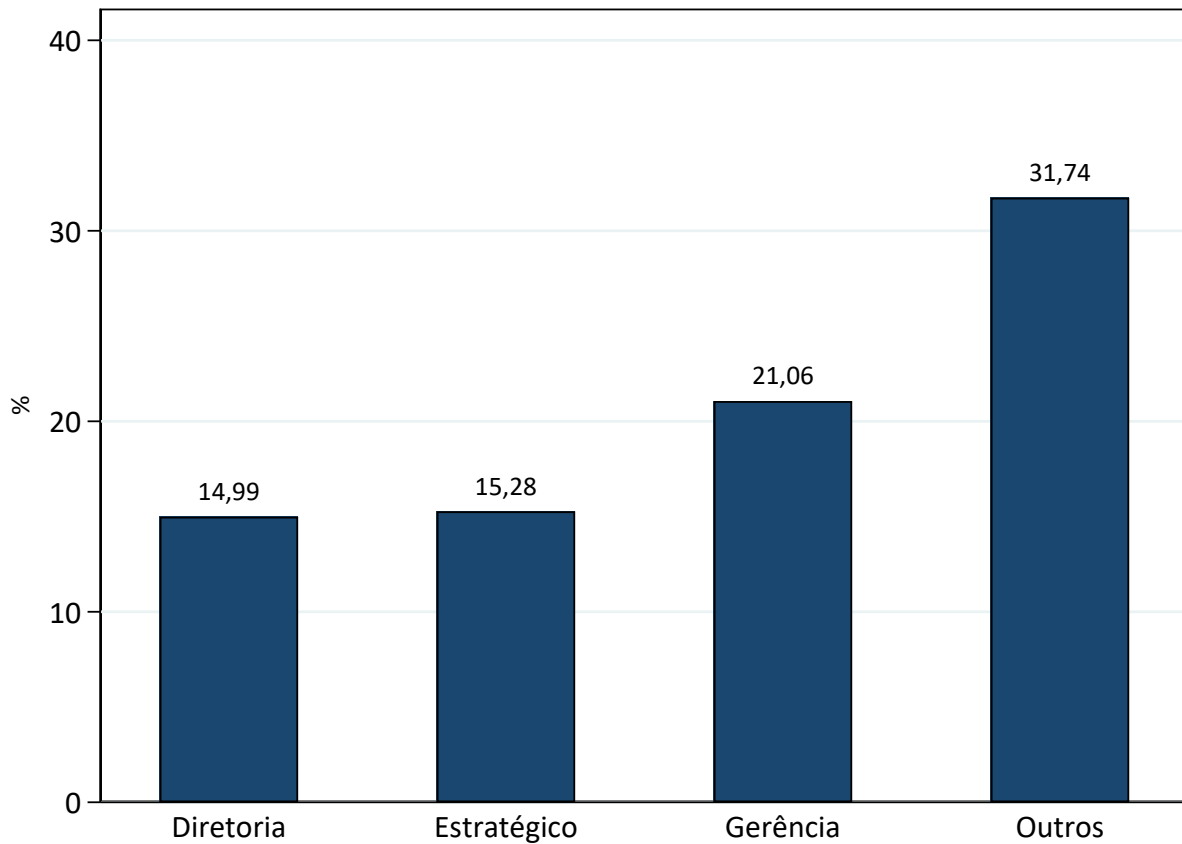
A população branca tem maior presença que a população negra em todos os grupos de cargos do setor publicitário

Como está a participação da população negra nos diversos cargos dentro do setor publicitário? Para responder a essa pergunta, a figura 1 mostra o percentual de negros nos seguintes 4 grupos de colaboradores a partir dos dados da RAIS de 2017. Como é possível notar, a população negra compõe cerca de 15% do quadro de diretores e dos cargos estratégicos do setor.

¹Os grupos foram definidos segundo a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), presente nos dados da RAIS.

²Tal grupo foi definido com base nos quatro primeiros dígitos da Classificação Brasileira de Ocupações, pelo agrupamento “2531 - Profissionais de publicidade”.

Figura 1: Percentual de negros e negras nos grupos de cargos no setor publicitário



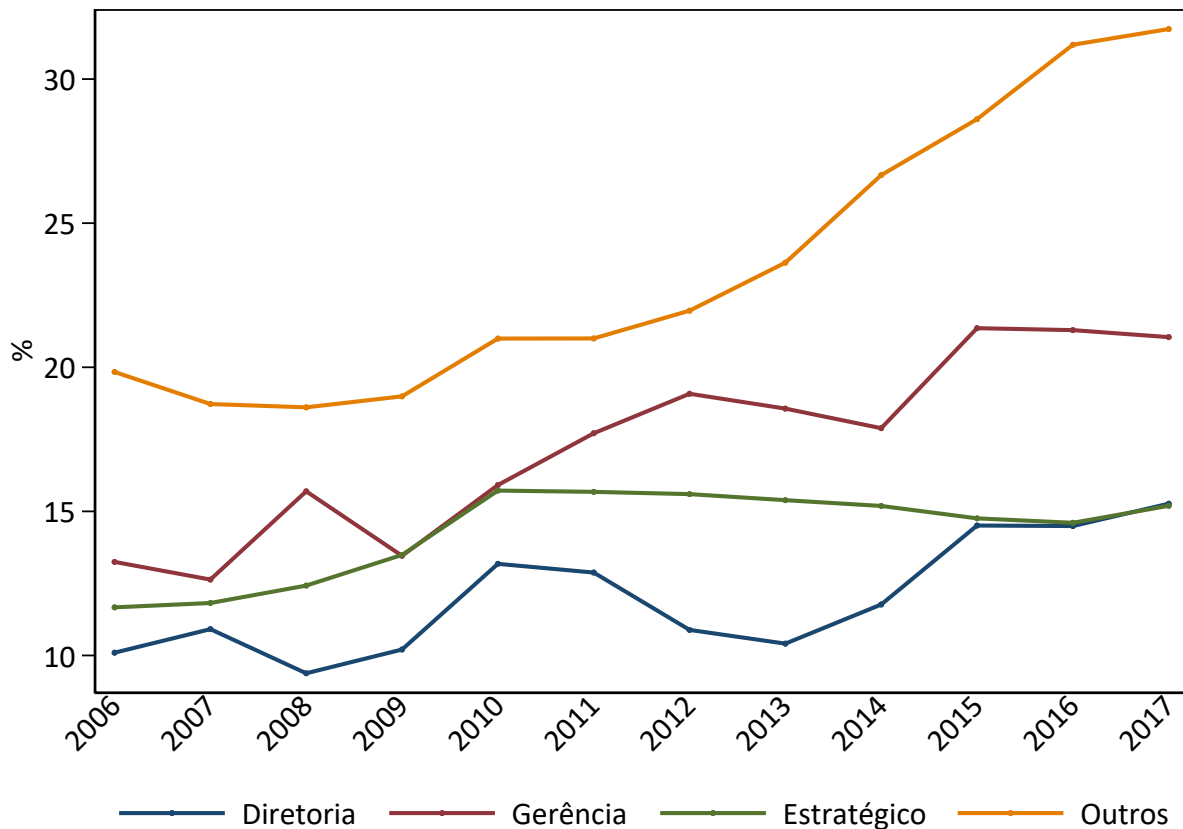
Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (2017).

A participação da população negra tem aumentado ao longo dos anos

Como a participação negra varia ao longo dos anos no setor publicitário? Para essa pergunta, vamos analisar a figura 2, mostrando a participação da população negra ao longo dos anos com dados da RAIS. Nela vemos que nos 4 grupos de ocupações há um aumento na participação da população negra. Em particular, há um aumento de cerca de 10 pontos percentuais entre os colaboradores que não fazem parte da alta gestão ou dos cargos estratégicos do setor. Na diretoria e em cargos estratégicos, esse aumento foi menor, de cerca de 5 pontos percentuais.

A conclusão é que houve um aumento na participação da população negra no setor publicitário, mas concentrado em cargos de menor prestígio.

Figura 2: Percentual de negros e negras nos grupos de cargos no setor publicitário, por ano



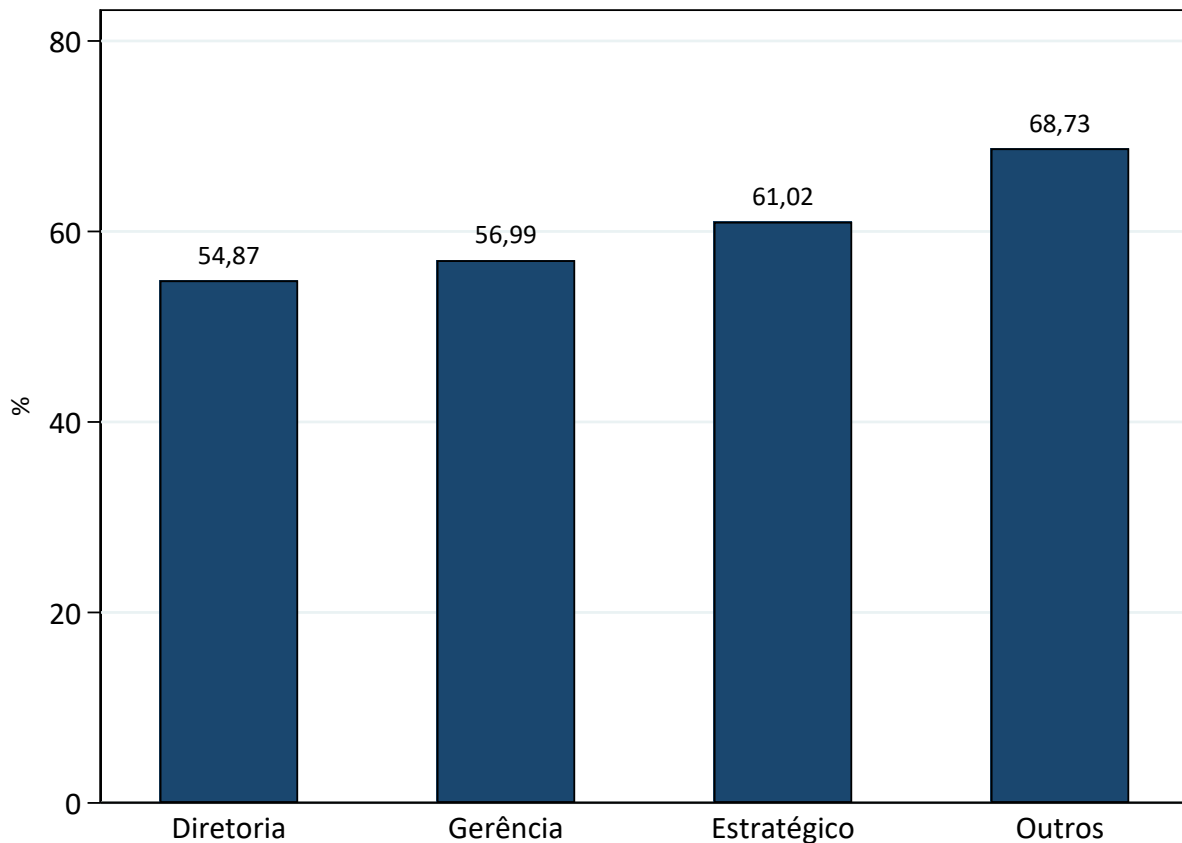
Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (2006-2017).

A população branca tende a ser mais bem remunerada que a população negra no setor publicitário

Além da participação da população negra no setor publicitário, um elemento importante para analisar a desigualdade racial no setor é a diferença de salários. Assim, a pergunta que surge é: como está a remuneração da população negra no setor publicitário, quando comparada à da população branca? Para discutir essa questão, utilizamos um indicador que é construído pela razão entre a remuneração média da população negra e a remuneração média da população branca. Na figura 3, podemos ver que mesmo quando consideramos pessoas dentro de um mesmo grupo de ocupações no cálculo do indicador, indivíduos negros recebem salários menores que indivíduos brancos.

Além disso, cargos de maior prestígio e liderança estão associados a um diferencial de salário ainda maior. Por exemplo, pessoas negras em cargos de diretoria recebem, em média, 54,3% do salário de uma pessoa branca. Em posições de menor prestígio esse valor chega a 68,7%.

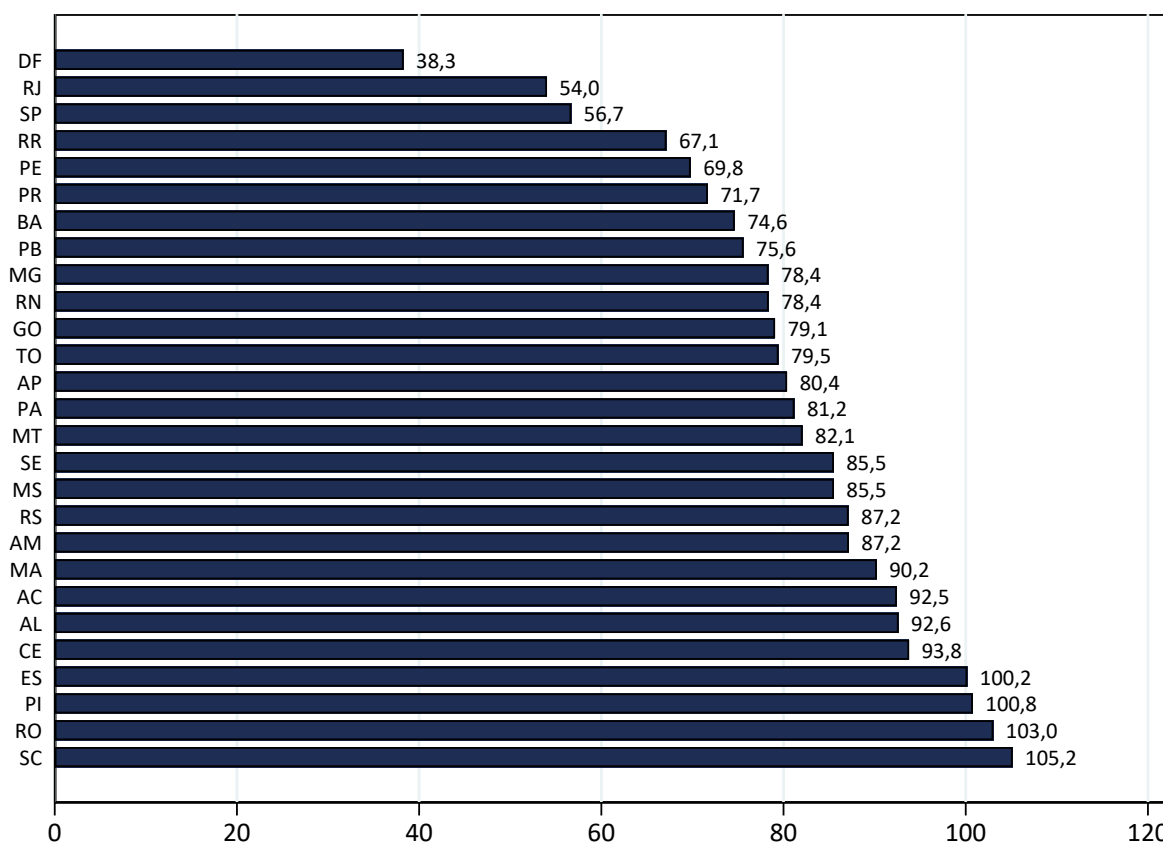
Figura 3: Remuneração dos negros como percentual da remuneração de brancos, por grupos de cargos



Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (2017).

A existência de um diferencial de salários é notável também quando olhamos o comportamento do mesmo indicador separando por estados da federação. De modo geral, indivíduos negros recebem menos que indivíduos brancos.

Figura 4: Remuneração dos negros como percentual da remuneração de brancos nos estados brasileiros

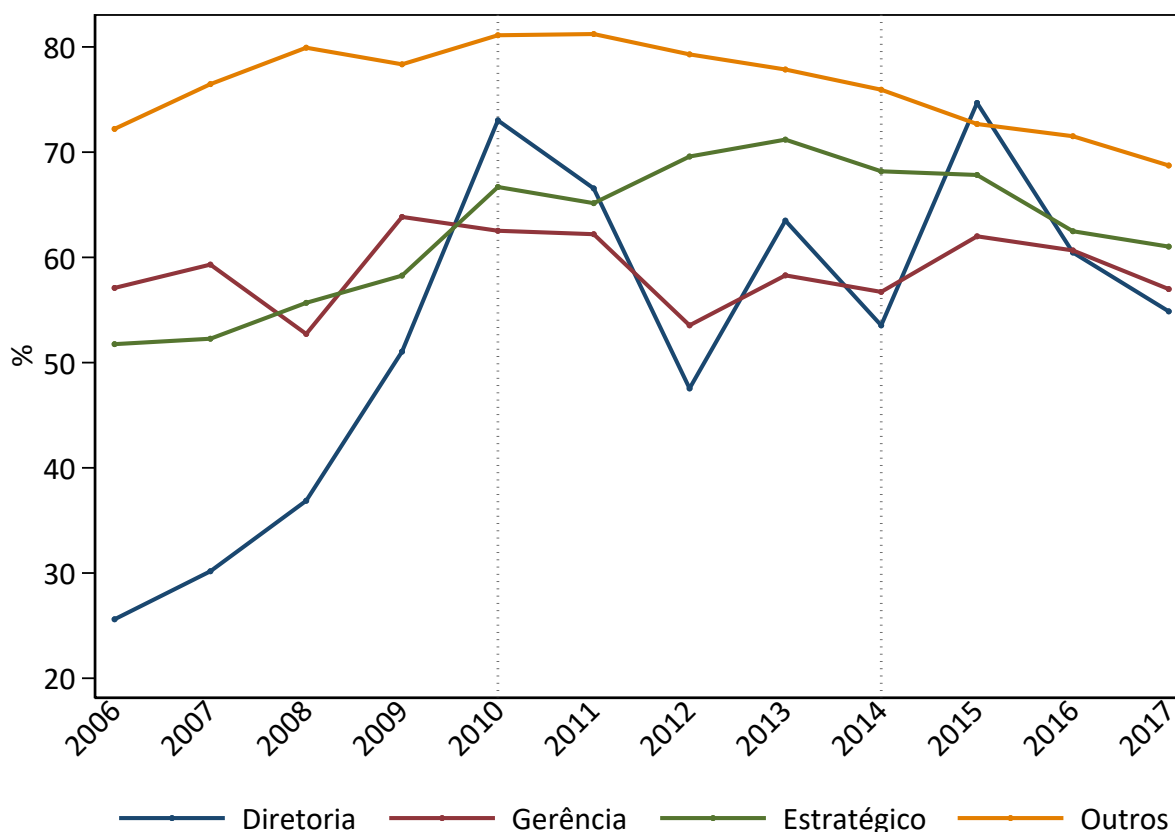


Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (2017).

Como essa diferença salarial entre brancos e negros tem evoluído ao longo dos anos? Para facilitar a análise, separamos na figura 5 o período de 2006 a 2017 em três sub-períodos: 2006-2010, 2011-2014 e 2015-2017. Esses três períodos marcam situações diferentes no que diz respeito ao nível de atividade econômica no Brasil. Entre 2006 e 2010, o Produto Interno Bruto (PIB) cresceu em média 4,5%. Entre 2011 e 2014 o crescimento foi de 2,4% e entre 2015-2017, houve uma redução média de 1,8%.

Ao comparar o comportamento do nível de atividade econômica com nosso indicador de desigualdade salarial entre negros e brancos, é possível notar o seguinte padrão: em períodos de maior atividade econômica, há uma tendência à redução das desigualdades salariais no setor publicitário, e em períodos com piores condições econômicas, há uma tendência ao aumento das desigualdades salariais.

Figura 5: Remuneração dos negros como percentual da remuneração de brancos ao longo dos anos, por grupos de cargos



Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (2006-2017).

3 Gênero

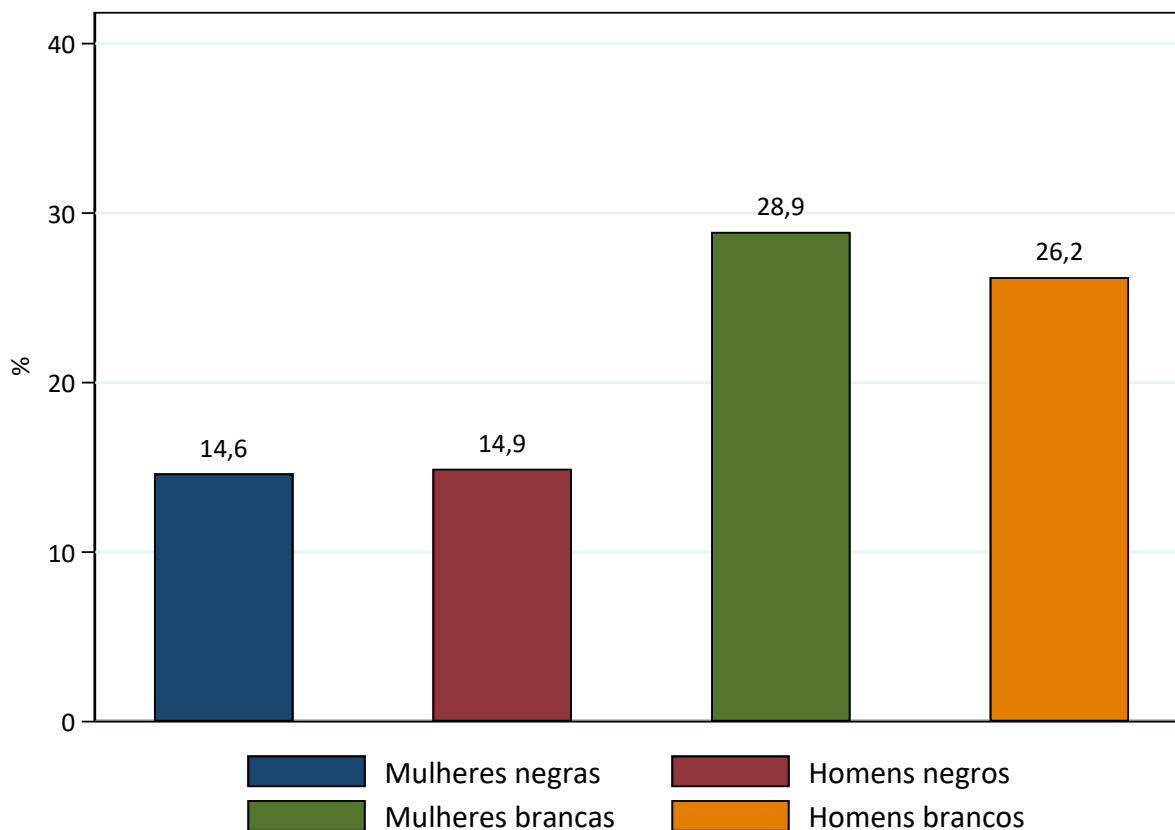
A população branca tem maior presença que a população negra seja entre homens ou mulheres no setor publicitário

Como está a participação da população negra nos no setor publicitário quando olhamos separadamente para homens e mulheres? Para a análise dessa questão, a figura 6 mostra o percentual de mulheres negras, homens negros, mulheres brancas e homens brancos no setor publicitário a partir dos dados da RAIS de 2017³. Como é possível notar, a popu-

³Além dos grupos apresentados na figura 6, há ainda mulheres e homens indígenas, asiáticas, e sem identificação nos dados, que compõem cerca de 15% dos colaboradores do setor.

lação negra é cerca de 30% do quadro colaboradores do setor, e que tanto homens como mulheres negras são cerca de 15% dos colaboradores. A população branca tem uma representação maior no setor, com 28,9% de mulheres brancas, e 26,2% de homens brancos, compondo mais da metade dos colaboradores do setor.

Figura 6: Percentual de mulheres negras e de homens negros nos grupos de cargos no setor publicitário



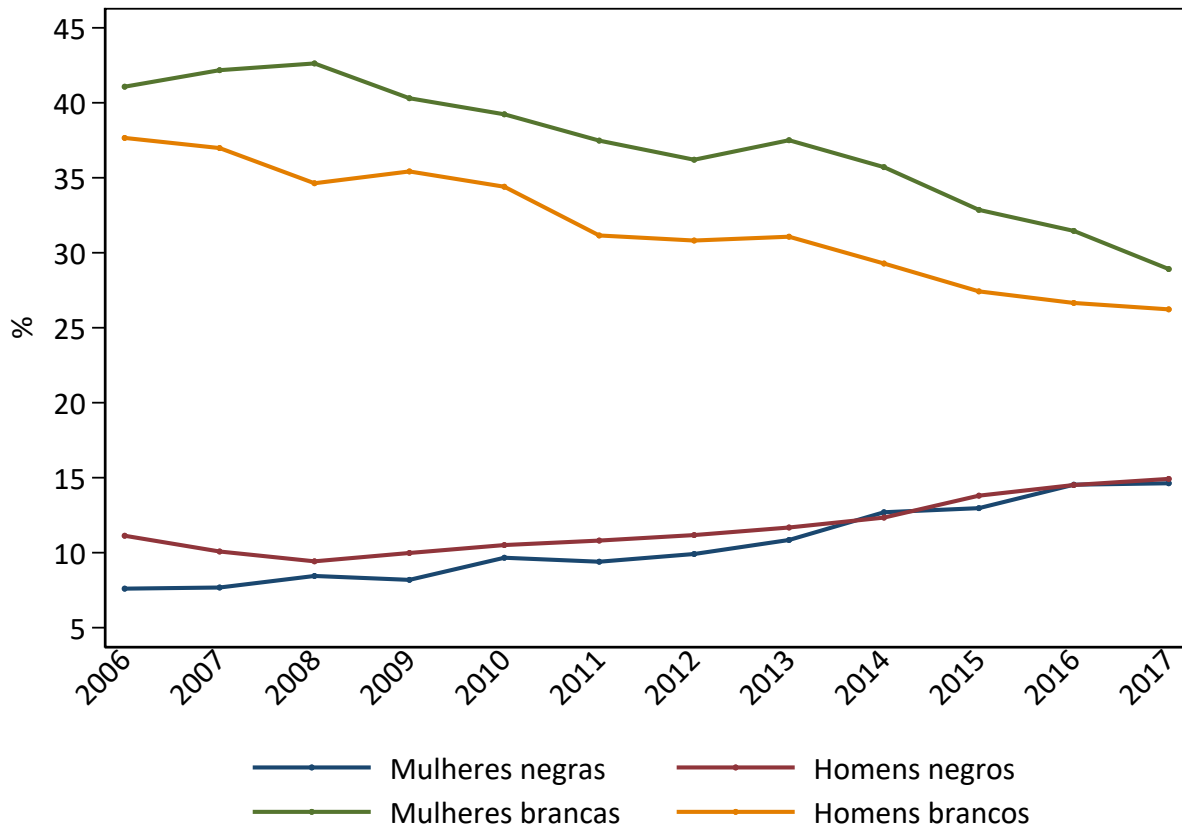
Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (2017).

A participação de homens e mulheres negras tem aumentado ao longo dos anos no setor publicitário

Como a participação de mulheres negras e homens negros varia ao longo dos anos no setor publicitário? Pela figura 7, que mostra o número de negros e negras como proporção do total de colaboradores e colaboradoras, é possível notar que tanto entre mulheres como entre homens houve um incremento de participação da população negra. Mais notável,

contudo é o aumento de participação das mulheres negras. Em 2006 elas compunham 7,6% do quadro de colaboradores, passando para 14,6% em 2017, um incremento de 7 pontos percentuais. Esse aumento ao longo dos anos ocorreu junto da menor participação da população branca, que compunha quase 80% do quadro de colaboradores em 2006.

Figura 7: Percentual de negros e negras nos grupos de cargos no setor publicitário, por ano



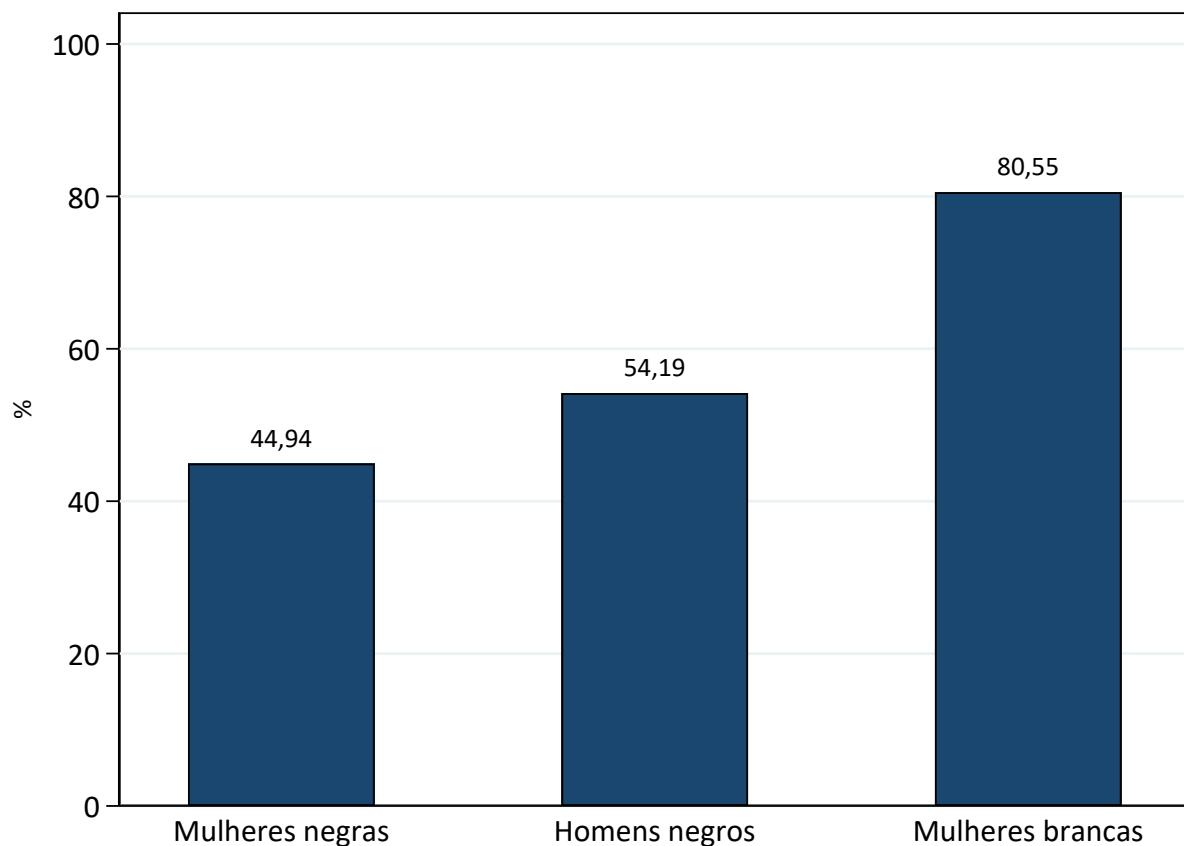
Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (2006-2017).

A população branca tende a ser mais bem remunerada que a população negra no setor publicitário seja entre homens ou mulheres

Como está a remuneração da população negra no setor publicitário, quando comparada à da população branca? Para discutir essa questão, utilizamos a remuneração média de homens brancos do setor como referência e comparamos as remunerações médias de mulheres negras, homens negros e mulheres brancas com essa remuneração de referência.

Tal comparação é feita através de um indicador que é construído pela razão entre a remuneração média do grupo de interesse (por exemplo, mulheres negras) e a do grupo de referência (homens brancos). Na figura 8, apresentamos o indicador para os três grupos de análise, e é possível notar que desigualdade de remunerações coloca a mulher negra na em pior posição no mercado de trabalho do setor publicitário. Em média, uma mulher negra recebe menos da metade (45%) da remuneração de um homem branco. Homens negros também são desfavorecidos, recebendo em média 54% da remuneração de um homem branco. Por fim, uma mulher branca também tem uma remuneração menor, em média, recebendo cerca de 81% do que recebe um homem branco.

Figura 8: Remuneração de mulheres negras e de homens negros como percentual da remuneração de homens brancos nos grupos de cargos



Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (2017).

A desigualdade de remuneração entre homens brancos e homens e mulheres negras vem aumentando desde 2010 no setor publicitário

Como a desigualdade salarial tem evoluído ao longo dos anos das perspectivas da mulher negra, do homem negro, e da mulher branca? Na figura ??, analisamos o mesmo indicador de desigualdade salarial, só que ao longo do tempo. A figura compara a remuneração desses grupos com a remuneração de homens brancos no setor publicitário. A linha azul mostra o salário médio de uma mulher negra como proporção do salário médio de um homem branco. A linha vermelha mostra o salário médio de um homem negro como proporção do salário médio de um homem branco. Por fim, a linha verde mostra o salário médio de uma mulher branca como proporção do salário médio de um homem branco.

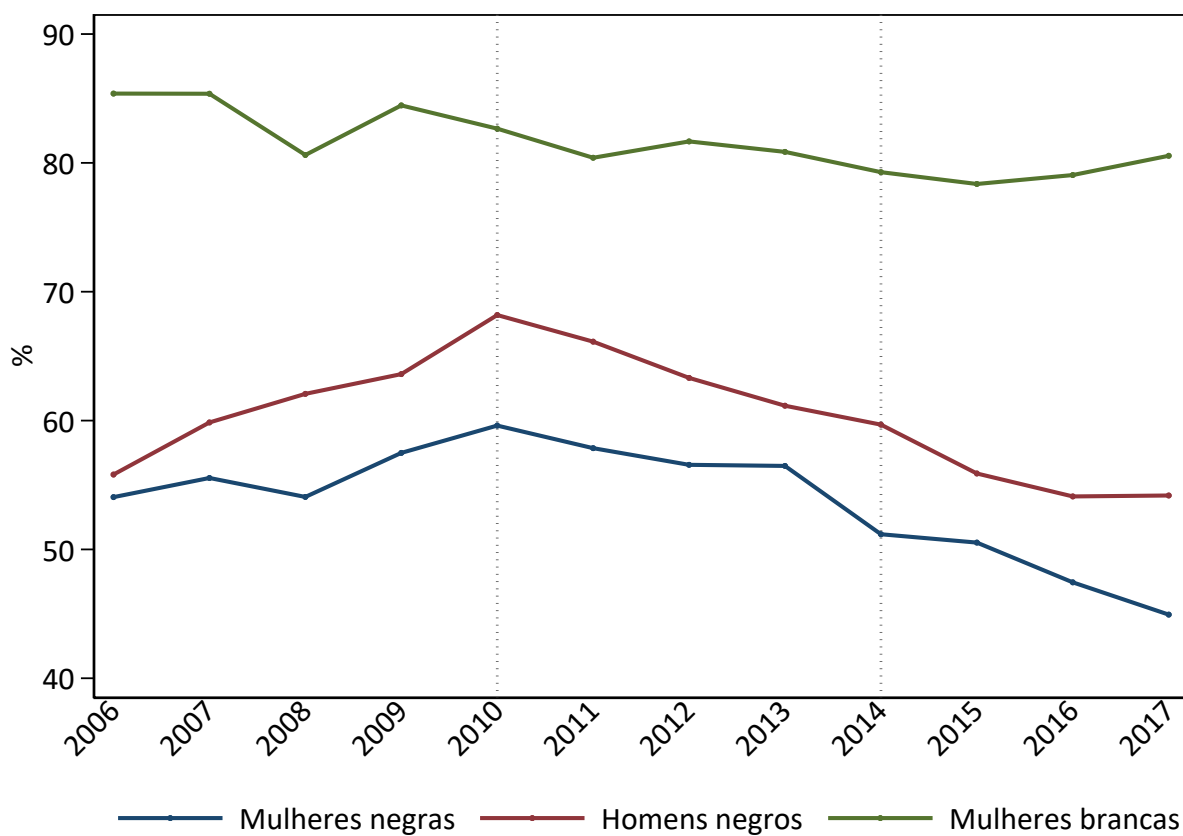
A partir do gráfico, é possível ver que entre 2006 e 2010 houve uma redução da desigualdade salarial tanto para homens negros como para mulheres negras. Desde então ela tem aumentado essa desigualdade tem aumentado, chegando a seu máximo no último ano disponível, 2017.

Toda a redução de desigualdade vista entre 2006 e 2010 foi mais que compensada pelo aumento nos anos seguintes. Esse aumento afetou ainda mais as mulheres negras. Elas tinham em 2006 uma remuneração média de 53,7% da remuneração média de um homem branco e em 2017 esse valor chegou ao mínimo de 45,1%.

Um resultado adicional interessante que é possível extrair da figura 9 surge quando comparamos os indicadores de desigualdade salarial no setor publicitário apresentados com o nível de atividade econômica do país. Para facilitar a análise, separamos o período de 2006 a 2017 em três sub-períodos: 2006-2010, 2011-2014 e 2015-2017. Esses três períodos marcam situações diferentes no que diz respeito ao nível de atividade econômica no Brasil. Entre 2006 e 2010, o Produto Interno Bruto (PIB) cresceu em média 4,5%. Entre 2011 e 2014 o crescimento foi de 2,4% e entre 2015-2017, houve uma redução média de 1,8%.

Ao comparar o comportamento do nível de atividade econômica com nosso indicador de desigualdade salarial, é possível notar o seguinte padrão: em períodos de maior atividade econômica, há uma tendência à redução das desigualdades salariais no setor publicitário, e em períodos com piores condições econômicas, há uma tendência ao aumento das desigualdades salariais.

Figura 9: Remuneração de mulheres negras e de homens negros como percentual da remuneração de homens brancos ao longo dos anos



Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (2006-2017).