

GENDERWASHING NO COMÉRCIO GLOBAL: DESAFIOS E ESTRATÉGIAS EM DIREÇÃO AO #ODS5 DA ONU

Gabriela Leoni Furtado¹

Resumo: O artigo parte da incerteza de até que ponto as iniciativas pró igualdade de gênero que estão sendo oferecidas via Estado e via Mercado estão efetivamente respondendo às lacunas de gênero, ou promovendo *Genderwashing* e gerando novos problemas. *Genderwashing* se manifesta quando uma organização aparenta preocupação com igualdade de gênero, mas não adota medidas efetivas para corrigir lacunas entre homens e mulheres dentro das suas esferas de poder. Pode-se dizer que é o fenômeno descreve uma “Máscara de Gênero” que é utilizada, existindo uma lacuna entre o que se propõe e o que se pratica. No âmbito do comércio global, *Genderwashing* gera desafios como a falsa impressão de progresso que atrasa o desenvolvimento de ações efetivas, e a criação de barreiras comerciais indesejadas que impedem o acesso de atores menos favorecidos ao comércio global. São sugeridas três estratégias básicas para nortear melhores práticas em direção ao #ODS5: combater o Genderwashing e promover a igualdade de gênero no comércio global: (1) ter representatividade feminina diversa na tomada de decisão, (2) adotar abordagem interseccional nas iniciativas de gênero, e (3) aplicar o que se refere como “lente de gênero” de forma transversal nas políticas e práticas comerciais.

Palavras-Chave: Comércio. Genderwashing. ODS 5. Política Comercial. Prática de Mercado.

Abstract: The article begins by questioning the extent to which the gender initiatives currently being offered by both the state and the market are effectively addressing gender gaps, or whether they are promoting Genderwashing and creating new problems. Genderwashing takes place when an organization appears to be concerned with gender equality but does not adopt effective measures to correct gender gaps within

¹ Mestre em Direito pela Universidade de Brasília (UnB), na linha de Transformações na Ordem Social e Regulação. Atua na equipe de Comércio e Integração Internacional da Confederação Nacional da Indústria (CNI), atualmente dedicada à coordenação do B20 Brasil.

its spheres of power. It can be said that this phenomenon describes a “gender mask” that is used, with a gap existing between what is proposed and what is practiced. In the context of global trade, genderwashing generates challenges such as the false impression of progress that delays the development of effective actions, and the creation of unwanted trade barriers that prevent less favored actors from accessing global trade. Three basic strategies are suggested for better practices towards #SDG5: (1) have a diverse female representation in decision-making, (2) adopt an intersectional approach to gender initiatives and (3) apply what is referred to as a “gender lens” across trade policies and practices (gender mainstreaming).

Keywords: Trade. Genderwashing. SDG 5. Trade Policy. Market Practice.

1. Introdução

A relação entre comércio e gênero é uma via de mão dupla: de um lado o comércio detém a capacidade de reduzir a desigualdade de gênero a nível global, e de outro, o desenvolvimento comercial depende da inclusão das mulheres. É globalmente reconhecido que nenhum país ou economia pode atingir seu pleno potencial enquanto persistirem lacunas no tratamento entre homens e mulheres. Como metade da população mundial, as mulheres têm um papel absolutamente fundamental no desenvolvimento sustentável. No entanto, sua contribuição permanece muito abaixo do seu potencial, frustrada por lacunas específicas de gênero.

Não é à toa que a eliminação das barreiras de gênero e o empoderamento de todas as mulheres e meninas é um dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda das Organizações das Nações Unidas (ONU) para 2030 (#ODS5)². Por meio da Agenda 2030, a ONU assegura um tratamento amplo e transversal às questões de gênero, ao se referir a “todas as mulheres e meninas”, chamando atenção para discriminações acentuadas por questões de raça, condição sociocultural, regional, orientação sexual, religiosa, dentre outras. O

² ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, *Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável*, 2015. Disponível em <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso 30 jun. 2023.

#ODS5 é um referencial que norteia o entendimento sobre boas práticas de responsividade, eficiência e convergência.

Na medida em que cresce o entendimento fundamentado de que a eliminação das lacunas de gênero (*gender gaps*) é fundamental para o crescimento, tanto no âmbito das relações privadas, como no âmbito de economias estatais, multiplicam-se iniciativas que se propõem a reduzir lacunas de gênero através do comércio³.

É certo que o “hype” ou promoção do tema de gênero contribui para a maior inserção do tema nas agendas públicas e privadas. Ainda é incerto, porém, se multiplicidade de iniciativas no âmbito do comércio global atualmente cumpre com o objetivo primordial de eliminar a desigualdade entre homens e mulheres.

Essa pesquisa parte do desconforto diante da incerteza de até que ponto as respostas que estão sendo oferecidas via Estado e via Mercado estão efetivamente respondendo aos desafios e lacunas de gênero, ou promovendo *Genderwashing* e gerando novos problemas.

*Genderwashing*⁴ se manifesta quando uma organização aparenta preocupação com igualdade de gênero, mas não adota medidas efetivas para corrigir as lacunas entre homens e mulheres dentro das suas esferas de poder. Pode-se dizer que é o fenômeno descreve uma “Máscara de Gênero” que é utilizada, existindo uma lacuna entre o que se propõe e o que se pratica.

Sendo o #ODS5⁵ um objetivo no Comércio Global, *Genderwashing* está no caminho oposto, pois essas iniciativas mascaram a realidade da desigualdade de gênero, minam a seriedade do problema, desviam a responsabilidade de quem tem o poder de promover mudanças, perpetuam estereótipos e obstáculos estruturais da sociedade patriarcal e não resultam em ações concretas.

³ FONTOURA, Andrezza; PRATES, Verônica. *(Des)igualdade de gênero: qual o papel do Comércio Internacional?*, 2018. Disponível em <https://comexdobrasil.com/desigualdade-de-genero-qual-o-papel-do-comercio-internacional/>. Acesso 30 jun. 2023.

⁴ O termo *Genderwashing* foi cunhado em 2011 por Martha Burk, para transmitir o mesmo significado que *Greenwashing* evoca quando é usado para descrever ações de organizações que aparentam preocupação com sustentabilidade enquanto fazem pouco ou nada para realmente promover mudanças.

⁵ O Objetivo de Desenvolvimento Sustentável nº 5 da Agenda 2030 da ONU, ou #ODS5, será analisado em detalhe no próximo capítulo.

Parte-se da ideia de que o termo tem aderência não apenas para descrever práticas de Mercado entre empresas que visam acessar consumidores exigentes, mas também nas relações entre Estados, uma vez que o compromisso com sustentabilidade se tornou uma moeda em *Trade-offs*⁶, fazendo com que a preocupação com igualdade de gênero seja uma demanda a ser atendida para construir compromissos comerciais a nível global⁷.

Pensando em *Genderwashing* como um fenômeno que permeia nossa vida em sociedade, surge a pergunta de pesquisa desse artigo: *quais os principais desafios em termos de Genderwashing no comércio global, e quais estratégias podem orientar melhores práticas em direção a um comércio global alinhado com o #ODS5 da ONU, que visa eliminar qualquer forma de discriminação contra todas as mulheres e meninas?*

Para analisar o tema, o Capítulo 1 aborda o conceito de *Genderwashing* e seus potenciais atores no comércio global. O Capítulo 2 apresenta uma análise sobre os principais desafios em relação ao fenômeno do *Genderwashing* no comércio global. O Capítulo 3 apresenta algumas propostas de estratégias em direção ao #ODS5. Ao final, são apresentadas as conclusões.

2. *Genderwashing* ou máscaras de gênero: conceito e atores no comércio global

Genderwashing se manifesta quando uma organização aparenta preocupação com igualdade de gênero, mas não adota medidas efetivas para corrigir as lacunas de gênero dentro das suas esferas de poder. Pode-se dizer que é o fenômeno descreve uma “Máscara de Gênero” que é utilizada, existindo uma lacuna entre o que se propõe e o que se pratica.

A pesquisadora e ativista feminista Lilia Giuni descreve *Genderwashing* como uma prática tão antiga quanto o tempo⁸, mas

⁶ Expressão em língua inglesa que designa compromissos firmados para atingir um equilíbrio de interesses e prerrogativas nas negociações.

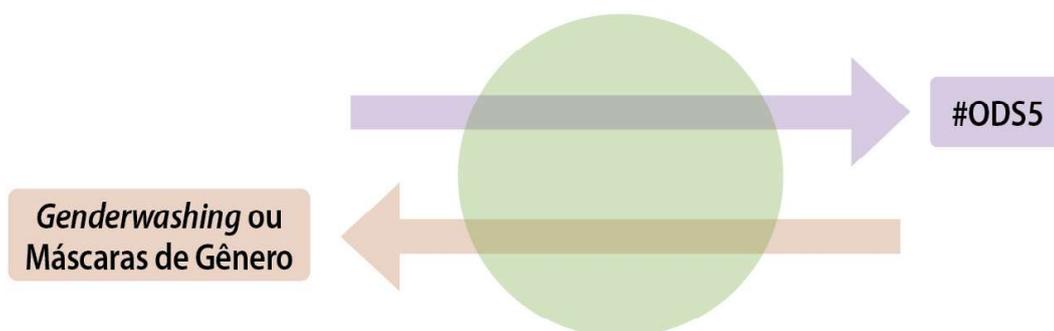
⁷ OKUN, Arthur M. *Equality and efficiency: the big tradeoff*, Brookings Institution Press, 2015. Disponível em <https://www.brookings.edu/books/equality-and-efficiency-the-big-tradeoff/>. Acesso 30 jun. 2023.

⁸ GIUNI, Lilia. *Feminism is now used to sell almost everything*, Cambridge

o termo em si foi cunhado em 2011 pela psicóloga política Martha Burk⁹, para transmitir o mesmo significado que *Greenwashing* evoca quando é usado para descrever ações de organizações que aparentam preocupação com sustentabilidade enquanto fazem pouco ou nada para realmente promover mudanças.

Genderwashing está no caminho oposto ao ODS 5 da ONU, que visa eliminar a desigualdade de gênero a nível global e empoderar a todas as mulheres e meninas. Os caminhos são opostos na medida em que as práticas de *Genderwashing* mascaram a realidade da desigualdade de gênero, minam a seriedade do problema, desviam a responsabilidade de quem tem o poder de promover mudanças, perpetuam estereótipos e obstáculos estruturais da sociedade patriarcal e não resultam em ações concretas. Assim, essas práticas comprometem o alcance das metas que compõem o ODS 5. A Figura 1 abaixo ilustra:

Figura 1 – Visão geral da relação entre Genderwashing e o #ODS5 da agenda de sustentabilidade da ONU para 2030



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Na lógica do Comércio Global, *Genderwashing* pode tomar diferentes formas, englobando iniciativas que se intitulam como responsivas a desigualdade de gênero, sem que existam de fato ações sensíveis a gênero capazes de concretizar o que se propõe, seja pela forma ou estrutura, falta de precisão na linguagem, ausência de força

Centre for Social Innovation, 2020. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=0eOu85J_r2Y. Acesso 30 jun 2023.

⁹ BURK, Martha. *Genderwashing at Walmart*, Huffpost, 2017. Disponível em: https://www.huffpost.com/entry/gender-washing-at-walmart_b_964942. Acesso 30 jun. 2023.

vinculante, carência de investimento financeiro, falta de abordagem interseccional capaz de tratar o problema na extensão que ele exige, falta de representatividade de mulheres no processo decisório, a combinação desses fatores, ou outro aspecto que limite ou impeça a sua eficácia na prática.

No que tange aos atores que podem vestir Máscaras de Gênero no comércio global, muito embora o fenômeno seja mais facilmente dentre as empresas que buscam conquistar mercados exigentes com o tema de gênero, parte-se da ideia que *Genderwashing* não é uma prática restrita às empresas.

Talvez seja mais visível aos olhos quando empresas vestem Máscaras de Gênero, por exemplo, uma empresa de cosméticos que visa vender um novo produto para o público feminino, e faz uma propaganda com discurso pró-feminista de forma a conquistar o apreço dessas consumidoras sem que existam ações efetivas para redução da desigualdade de gênero em suas esferas de influência, seja na governança corporativa, seja na geração de impacto em sua cadeia de produção e fornecimento.

Porém, entende-se que Estados ou outras organizações também podem ser agentes desse fenômeno, uma vez que o compromisso com sustentabilidade se tornou uma moeda em *Trade-offs*¹⁰, fazendo com que a preocupação com igualdade de gênero seja uma demanda a ser atendida para construir compromissos comerciais a nível global¹¹, e tais compromissos podem ser firmados via Estados, organizações internacionais a nível de Estados, qualquer outro ator que pratique ações no comércio global.

Nesse sentido, uma prática de *Genderwashing* via Estado poderia ser, por exemplo, incluir cláusulas de gênero em um Acordo de Livre Comércio firmado com um país que é sensível à pauta de gênero, de forma que a inclusão dessa temática possa influenciar positivamente a negociação do acordo, sem que fossem implementadas políticas públicas capazes de concretizar o compromisso que foi ali estabelecido.

¹⁰ Expressão em língua inglesa que designa compromissos firmados entre Estados para atingir um equilíbrio de interesses e prerrogativas nas negociações.

¹¹ OKUN, Arthur M. *Equality and efficiency: the big tradeoff*, Brookings Institution Press, 2015. Disponível em <https://www.brookings.edu/books/equality-and-efficiency-the-big-tradeoff/>. Acesso 30 jun. 2023.

Uma perspectiva interessante é trazida por Parekh e Wilcox ao analisarem as perspectivas feministas da Globalização¹². As autoras observam a Globalização como um fenômeno mundial de integração sob ideais e estratégias neoliberais, suportadas por instituições políticas e econômicas globais, como a Organização Mundial do Comércio (OMC), o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial (BM), e por políticas econômicas neoliberais, dentre as quais está inserida a liberalização do comércio através de acordos comerciais.

Nesse contexto, as autoras salientam que a globalização econômica também deve ser compreendida em termos dos efeitos nocivos que teve sobre as mulheres. A reflexão trazida é que a globalização prometeu muitas coisas que são cruciais para as feministas: paz, prosperidade, justiça social, proteção ambiental, eliminação do racismo e etnocentrismo e, no geral, melhora na condição de vida das mulheres.

No entanto, as autoras apresentam evidências demonstrando que as políticas neoliberais provocaram o oposto dessas aspirações. Em vez de paz, criaram condições para a guerra e o militarismo; em vez de prosperidade e justiça social, aumentaram o abismo entre ricos e pobres; em vez de proteção ambiental, levaram à privatização e à destruição de recursos naturais de propriedade pública; e em vez de eliminar barreiras racistas, etnocêntricas e sexistas, a globalização tem sido, em última análise, um sistema hostil ou antagônico às mulheres e às diferenças.

É isso que se pretende salientar com o estudo do fenômeno do *Genderwashing* ou Máscaras de Gênero: os efeitos nocivos da lacuna entre o discurso e a prática. Evidenciar esse fenômeno é uma forma de tentar transformar uma estrutura global “implicitamente tendenciosa contra as mulheres”¹³.

O que se defende é que é necessário identificar as lacunas para tratar as lacunas. Se o problema não for notado, ele nunca será solucionado. Portanto, o mapeamento dos problemas é o que permite que soluções sejam encontradas. Analisar a questão hoje, momento no qual tem-se um compromisso a nível global pela eliminação da desigualdade de

¹² PAREKH, Serena; SHELLEY, Wilcox. *Feminist Perspectives on Globalization*, *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, 2020. Disponível em: <https://plato.stanford.edu/archives/spr2020/entries/feminism-globalization>. Acesso 30 jun. 2023.

¹³ Jaggar, Alison. *The Philosophical Challenges of Global Gender Justice*, *Philosophical Topics*, 2009.

gênero até 2030 por meio do #ODS5, pode ser uma maneira de evitar a reprodução dos mesmos erros da globalização neoliberal.

No ímpeto de instigar uma análise crítica das iniciativas já existentes, próximo capítulo apresenta uma digressão sobre os principais desafios decorrentes do fenômeno do Genderwashing no Comércio Global.

3. Quais os principais desafios em termos de Genderwashing ou “Máscaras de Gênero” no comércio global?

Nenhuma iniciativa está imune ao fenômeno do *Genderwashing* ou Máscaras de Gênero. Não se trata simplesmente da boa intenção de quem elabora e implementa políticas ou práticas, mas da capacidade responsiva destas em gerar impactos positivos na eliminação da desigualdade de gênero nas suas esferas de poder e de influência.

É possível argumentar que a visibilidade do tema de gênero nas agendas comerciais públicas e privadas já seria uma contribuição por si só para a redução da desigualdade. No entanto, é crucial observar os danos decorrentes da visibilidade desacompanhada de ações concretas, principalmente diante da urgência em solucionar desequilíbrios da sociedade contemporânea.

Pensando em *Genderwashing* como um fenômeno que permeia nossa vida em sociedade, quais desafios isso tem provocado no âmbito do comércio global? Esse capítulo apresenta os dois aspectos principais que se destacaram ao longo da pesquisa: a falsa impressão de progresso (3.1) e as barreiras comerciais indesejadas (3.2).

3.1. Perigoso placebo: a falsa impressão de progresso em termos de igualdade de gênero

Partindo de uma metáfora onde a desigualdade de gênero é uma doença diagnosticada, o remédio oferecido pelas práticas de *Genderwashing* ou Máscaras de Gênero funciona como um placebo oferecido como se remédio efetivo fosse. Além de não possibilitar a cura, a disseminação em massa do placebo atrasa o desenvolvimento de soluções efetivas e ainda pode causar efeitos colaterais indesejados.

Faz-se referência ao uso metafórico de “placebo” no texto de Tariq Fancy¹⁴, *The secret diary of a sustainable investor*¹⁵, em português “O diário secreto de um investidor em sustentabilidade”. Fancy elaborou seu ensaio com base na sua experiência durante os anos como executivo na Black Rock, uma das maiores e mais influentes empresas de gestão de investimento do mundo. Ele afirma que após deixar a empresa chegou à conclusão de que o trabalho da corporação em investimento sustentável seria comparável a venda de grama de trigo a um paciente com câncer.

A analogia funciona no sentido de que não há evidências de que a grama de trigo será capaz de tratar a doença ou impedir sua propagação, porém, é tentador acreditar que sim, principalmente quando o tratamento alternativo envolve quimioterapia.

Tariq Fancy ressalta que a situação se agrava ainda mais devido à empolgação em torno dos investimentos ESG (ambientais, sociais e de governança), o que acaba distraindo moralmente a sociedade e retardando o verdadeiro impulso para implementar medidas efetivas em prol do desenvolvimento sustentável. Ele enfatiza que, enquanto isso acontece, o problema persiste e se alastra como um câncer.

A Professora Ana Frazão analisa a crítica de Fancy e afirma que a repercussão de sua fala é justificada não apenas por vir de uma figura interna do meio corporativo e de investimentos, mas também por atacar diretamente pressupostos dos investimentos das empresas em sustentabilidade¹⁶.

Um fator importante é a ausência de confiabilidade nos dados sobre investimentos em sustentabilidade. Há dúvidas quanto à veracidade e precisão das informações disponíveis, levantando preocupações sobre a transparência e confiabilidade dos dados utilizados para avaliar os impactos sustentáveis das empresas.

Existe uma dificuldade em garantir que agentes privados serão capazes de atingir objetivos coletivos quando o objetivo principal é o

¹⁴ Tariq Fancy é um empresário canadense especialista em finanças sustentáveis, ex-executivo da Black Rock.

¹⁵ FANCY, Tariq. *The secret diary of a sustainable investor – Part 1*, 2021. Disponível em: <https://medium.com/@sosofancy/the-secret-diary-of-a-sustainable-investor-part-1-70b6987fa139>. Acesso 30 jun. 2023.

¹⁶ FRAZÃO, Ana. *Diário secreto dos investimentos ESG*, Jota, 2021. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/diario-secreto-dos-investimentos-esg-06102021>. Acesso 30 jun. 2023.

lucro. A crítica aponta para o perigo de que as empresas tenham poder excessivo na tomada de decisões sobre temas de relevância coletiva, resultando em potenciais conflitos de interesse e déficits democráticos.

Preocupante também é a lentidão na implementação de mudanças fundamentais. Apesar do chamado investimento sustentável, muitas mudanças necessárias para enfrentar desafios ambientais ocorrem de maneira lenta e não produzem os efeitos urgentes e significativos que são necessários.

É eminente a necessidade de maior transparência nos dados, envolvimento amplo e inclusivo na tomada de decisões sobre questões coletivas e ações mais ágeis e efetivas para enfrentar os desafios ambientais.

Nesse sentido, práticas placebo no âmbito do comércio global seriam aquelas que se propõem a endereçar o problema, mas não apresentam uma estrutura capaz de alcançar resultados efetivos, seja por falta de investimento financeiro, linguagem demasiadamente ampla, falta de abordagem interseccional capaz de tratar o problema na extensão que ele exige, falta de representatividade de mulheres no processo decisório, ou outro aspecto que limite ou impeça a sua eficácia na prática.

No aspecto individual das mulheres, é questionável que os benefícios das respostas de gênero no comércio global estejam sendo percebidos de forma representativa, em especial para grupos menos favorecidos de mulheres, como mulheres pretas, mulheres indígenas, mulheres quilombolas, mulheres transexuais, mulheres com sobrepeso, mulheres do sul-global, mulheres deficientes, mulheres que são mães, dentre outros grupos.

O “hype” ou promoção exagerada das iniciativas sensíveis a gênero pode criar um ambiente em que as mulheres se sintam desencorajadas a relatar discriminações ou buscar soluções para suas questões. A ênfase nessas questões, desacompanhada de medidas eficazes, pode levar a uma percepção de vitimização das mulheres, o que pode diminuir sua confiança e autonomia, até mesmo criando estigmas em torno de sua capacidade.

Fenômeno similar pode acontecer a nível executivo, tanto nos Estados como no Mercado, uma vez que a promoção dessas iniciativas pode resultar em um foco desproporcional na visibilidade, reputação e retórica, em detrimento de ações tangíveis.

Além disso, há o risco em criar-se uma atmosfera de polarização e divisão, dificultando o diálogo construtivo e a busca por soluções comuns. Para garantir uma abordagem equilibrada, é necessário promover tanto a igualdade de gênero através de políticas e práticas eficazes, quanto a autonomia das mulheres, permitindo que elas sejam agentes de mudança em suas próprias vidas e na sociedade como um todo.

Assim, é crucial reconhecer que quando uma prática configura Genderwashing ou Máscaras de Gênero, ela atua como um perigoso placebo, oferecido como se remédio efetivo fosse. A mera aparência de comprometimento com a igualdade de gênero, sem um engajamento real e políticas transformadoras, não só desvaloriza a causa, mas também mantém as estruturas e os sistemas que perpetuam a desigualdade.

Para superar esses desafios, é necessário um esforço coletivo para implementar mudanças estruturais, políticas inclusivas e práticas igualitárias nas esferas governamentais, corporativas e sociais. Somente assim poderemos avançar em direção a melhores práticas no comércio global em direção ao #ODS5 da ONU.

3.2. *Criação de barreiras comerciais indesejadas*

No âmbito do comércio global, muitas das iniciativas de gênero se traduzem em regras estabelecidas de comprador para vendedor para garantir que as mercadorias produzidas e comercializadas respeitando critérios mínimos de igualdade de gênero. Na prática, essas regras se traduzem em barreiras técnicas ao comércio, isto é, critérios e padrões estabelecidos para mercadorias e serviços que circulam globalmente.

Estudo conduzido pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) 2021¹⁷ identifica que barreiras técnicas inicialmente consistiam em regras privadas, porém, as exigências já se encontram em processo de “estatização”, o que lhes conferirá obrigatoriedade pelos Estados.

¹⁷ CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA, *Novas barreiras e tendências no comércio internacional: possíveis impactos para as exportações brasileiras*, 2021. Disponível em: https://static.portaldaindustria.com.br/media/filer_public/95/15/95152dbf-2782-4deb-8427-8f0adcdd3786/novas_barreiras_comerciais.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

Exemplos são os padrões privados de sustentabilidade (VSS), bem como regras estabelecidas de forma independente por empresas na seleção de seus fornecedores e parceiros comerciais. Pensando em iniciativas Estatais, pode-se mencionar regras estabelecida no âmbito de um Acordo Comercial, ou em critérios de compras públicas.

Essas barreiras aumentam o custo de conformidade e a complexidade regulatória e, conseqüentemente, limita o acesso de atores menos favorecidos ao comércio global, inclusive das mulheres. Empresas que desejam entrar em novos mercados precisam entender e cumprir uma ampla gama de requisitos técnicos e regulatórios diferentes, o que pode ser difícil e custoso.

A conformidade com várias regulamentações técnicas diferentes pode exigir investimentos significativos em termos de recursos financeiros, tempo e pessoal especializado. As empresas precisam se adaptar às diferentes normas de qualidade, segurança, saúde e meio ambiente de cada país para garantir que seus produtos atendam aos requisitos locais.

A falta de convergência entre os padrões e regulamentos técnicos adotados também dificulta a harmonização das práticas comerciais internacionais. Sem um acordo comum, as empresas são forçadas a se adaptar a diferentes requisitos em cada mercado, o que pode dificultar a produção e o comércio eficiente de bens e serviços. Além disso, a falta de reconhecimento mútuo de certificações e testes realizados em um país pode levar à duplicação de esforços e aumentar a burocracia.

As barreiras comerciais não são necessariamente indesejadas. O que se busca salientar é que, se não empregadas na dosimetria correta, elas geram graves efeitos reversos.

Por exemplo, pode ser desejável que as barreiras sirvam como pressão para que as empresas ao redor do mundo adotem práticas responsivas à desigualdade de gênero ao longo das cadeias globais de valor. Porém, esses efeitos positivos de uma utilização das barreiras de forma conjugada com outras estratégias, políticas e práticas que apoiem ativamente o empoderamento das mulheres e observem as demandas de grupos menos favorecidos de mulheres, ao contrário do que acontece com práticas que configuram *Genderwashing* ou Máscaras de Gênero.

É indesejável que medidas que nem sequer estão gerando mudanças concretas limitem o acesso de empresas ao comércio global. Isso é ainda mais grave quando essa limitação de acesso privilegia

grandes produtores e varejistas, sobretudo aqueles localizados países em economias mais desenvolvidas, gerando ainda maiores desigualdades.

Nesse ponto, vale lembrar da discussão acerca do “paradoxo dos padrões privados”¹⁸, como apresenta o DAI Sustainability Business Group. Esse paradoxo ilustra que embora os padrões tenham a intenção de apoiar os mais necessitados para que tenham acesso aos mercados, as forças do mercado, na verdade, dependem muito do suprimento daqueles que podem fornecer produtos em conformidade pelo menor custo e que, portanto, muitas vezes já estão em uma posição melhor do que os mais necessitados. Isso pode levar a uma concentração da produção em conformidade com os padrões nas economias mais desenvolvidas, sobretudo no norte global.

Uma consequência disso é, por exemplo, a dificuldade ou impossibilidade de pequenos produtores rurais acessarem o mercado internacional em razão do alto custo de conformidade com as regras comerciais sensíveis a gênero.

Nesse sentido, a pesquisa de Theme¹⁹ permite observar que no Brasil existe uma grande dificuldade de pequenos produtores rurais para atenderem normas técnicas e exigências de certificação. Normalmente isso gera a necessidade de que os pequenos agricultores se organizem em cooperativas. Ainda assim, pesquisas mostraram que não é fácil organizar os agricultores e ainda mais difícil é esperar que essas novas organizações ou cooperativas forneçam serviços de apoio adequados, como registro de dados e outras funções gerenciais necessárias para atendimento às exigências das barreiras técnicas.

Em resumo, um risco da disseminação de práticas de *Genderwashing* ou Máscaras de gênero é a criação de barreiras técnicas ao comércio sem que exista uma contraprestação positiva, intensificando às dificuldades de acesso ao mercado, a complexidade

¹⁸ DAI, *How to Ensure Voluntary Sustainability Standards are More Effective in Promoting Gender Equality in Global Value Chains*, 2019. Disponível em: <https://dai-global-developments.com/articles/how-to-ensure-voluntary-sustainability-standards-are-more-effective-in-promoting-gender-equality-in-global-value-chains/>. Acesso 30 jun. 2023.

¹⁹ THAME, Denny. *Padrões voluntários de sustentabilidade: revisão sistemática sobre efeitos comerciais / Voluntary standards: systematic review on trade effects*, 2022. Disponível em: 10.13140/RG.2.2.36758.83529. Acesso 30 jun. 2023.

regulatória, os custos de conformidade, à falta de harmonização e ao reconhecimento mútuo.

Para evitar esses impactos, é fundamental respostas de gênero sejam adotadas na dosimetria correta, sob uma ótica da efetividade e de preocupação com um resultado que seja sustentável e que observe potenciais impactos que podem intensificar desigualdades.

3.3. Conclusão sobre os desafios em termos de *Genderwashing* no Comércio Global

Esse capítulo questiona o discurso que coloca a visibilidade no tema de gênero nas agendas públicas e privadas como um avanço em si. Destaca que essa visibilidade desacompanhada de ações de impacto acaba por gerar uma falsa impressão de progresso, além de criar barreiras comerciais indesejadas.

Os dois principais desafios identificados como decorrentes do *Genderwashing* ou Máscaras de Gênero estão resumidos na Figura 6 abaixo:

Figura 2 – Principais desafios em termos de *Genderwashing* no Comércio Global



Fonte: elaborado pela autora (2023)

Nesse sentido, quando uma resposta de gênero, seja via Estado ou Mercado, configura *Genderwashing* ou Máscara de Gênero, ela não beneficia nem as mulheres nem o comércio. Justifica-se, portanto, que a eliminação dessas práticas seja de interesse coletivo.

O próximo capítulo apresenta algumas estratégias que podem atuar com vistas a amenizar ou evitar os problemas decorrentes do fenômeno do *Genderwashing* ou Máscaras de Gênero, contribuindo para a construção de um comércio global responsivo às lacunas entre homens e mulheres, em linha com o #ODS5 da ONU.

4. Quais as estratégias no comércio global para melhores práticas estatais e de mercado em direção à eliminação da desigualdade de gênero nos termos do #ODS5 da ONU?

O #ODS 5 da ONU coloca a igualdade de gênero e o empoderamento de todas as mulheres e meninas como um componente da dimensão social de sustentabilidade. No intuito de alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas, o Objetivo é composto por nove metas interligadas, todas contemplando a natureza multidimensional de gênero, reconhecendo as múltiplas interseções, como raça, etnia, idade, deficiência, orientação sexual, identidade de gênero, territorialidade, estado civil, cultura, religião, nacionalidade, em especial para as meninas e mulheres do campo, da floresta, das águas e das periferias urbanas.

As metas abrangem diversos aspectos considerados fundamentais para a eliminação da desigualdade de gênero a nível global. A Figura 3 abaixo resume:

Figura 3 – Metas que compõem o #ODS5 da Agenda de Sustentabilidade da ONU para 2030

| | |
|-----|--|
| 5.1 | Acabar com todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e meninas em todas as partes |
| 5.2 | Eliminar todas as formas de violência contra todas as mulheres e meninas nas esferas públicas e privadas, incluindo o tráfico e exploração sexual e de outros tipos |
| 5.3 | Eliminar todas as práticas nocivas, como os casamentos prematuros, forçados e de crianças e mutilações genitais femininas |
| 5.4 | Reconhecer e valorizar o trabalho de assistência e doméstico não remunerado, por meio da disponibilização de serviços públicos, infraestrutura e políticas de proteção social, bem como a promoção da responsabilidade compartilhada dentro do lar e da família, conforme os contextos nacionais |

| | |
|-----|--|
| 5.5 | Garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública |
| 5.6 | Assegurar o acesso universal à saúde sexual e reprodutiva e os direitos reprodutivos, como acordado em conformidade com o Programa de Ação da Conferência Internacional sobre População e Desenvolvimento e com a Plataforma de Ação de Pequim e os documentos resultantes de suas conferências de revisão |
| 5.a | Realizar reformas para dar às mulheres direitos iguais aos recursos econômicos, bem como o acesso à propriedade e controle sobre a terra e outras formas de propriedade, serviços financeiros, herança e aos recursos naturais, de acordo com as leis nacionais |
| 5.b | Aumentar o uso de tecnologias de base, em particular as tecnologias de informação e comunicação, para promover o empoderamento das mulheres |
| 5.c | Adotar e fortalecer políticas sólidas e legislação aplicável para a promoção da igualdade de gênero e o empoderamento de todas as mulheres e meninas em todos os níveis |

Fonte: elaborado pela autora com base nos dados do IPEA (2023)

Essas metas norteiam e incentivam a elaboração de respostas às lacunas de gênero, tendo implicações diretas no comércio global.

Como explicou Mario Mottin, copresidente da Força-Tarefa para implementação da Agenda 2030 no Brasil em 2016²⁰, a implementação da Agenda em um país cria a necessidade de construir um engajamento construtivo das empresas e organizações, o que requer o fornecimento de parâmetros, diretrizes para a implementação das metas dos ODS de maneira concreta e eficaz.

É de suma importância analisar as estratégias voltadas para aprimorar as melhores práticas em relação ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 5 (#ODS5), a fim de oferecer referências e parâmetros que possam orientar os países e o mercado na adoção de iniciativas responsivas à questão de gênero em suas políticas e práticas no âmbito do comércio global.

Estudo do Fórum Econômico Mundial indica que para que o comércio global seja efetivamente responsivo à desigualdade de gênero, as políticas, práticas e regulamentos devem ser estruturados de

²⁰ UN GLOBAL COMPACT, Rede Brasil. *GT ODS recebe representante do Itamaraty*, 2015. Disponível em: <https://pactoglobal.org.br/noticia/130>. Acesso 30 jun. 2023.

forma consistente, transparente e baseada em evidências. O ambiente político deve proporcionar incentivos para que os atores invistam em ações de sustentabilidade e proteção do bem-estar social, o que inclui a igualdade de gênero²¹.

A partir da revisão bibliográfica de literaturas sobre o tema e da entendimentos extraídos dos a partir de estudos de caso de respostas à desigualdade de gênero via Estados e via Mercado, os tópicos a seguir apresentam três estratégias básicas para a construção de um comércio global mais responsivo à desigualdade de gênero, em linha com as metas que compõem o #ODS5 da ONU. Pode-se dizer que essa tríade constitui um pilar inicial para que, a partir dele, sejam identificadas medidas efetivas para cada caso concreto.

As estratégias, apresentadas nos tópicos a seguir, são: (4.1) ter representatividade feminina diversa na tomada de decisão, (4.2) adotar abordagem interseccional nas iniciativas de gênero, e (4.3) aplicar o que se refere como “lente de gênero” de forma transversal nas políticas e práticas comerciais.

4.1. Representatividade feminina nas posições de tomada de decisão como estratégia possível para a construção de um comércio global mais responsivo à desigualdade de gênero

Resultados positivos dependem da representatividade feminina nas posições de tomada de decisão. Essa estratégia se apresenta como condição necessária para que os interesses das mulheres sejam efetivamente considerados durante a elaboração e implementação de políticas ou práticas responsivas à desigualdade de gênero. Não é de se esperar mudanças antes que tenhamos mais mulheres liderando, seja nas organizações, nos Estados ou nas empresas.

É bastante intuitivo pensar que as mulheres devem ser consultadas e incluídas na liderança de iniciativas que tenham impacto sobre suas vidas, caso contrário os resultados das políticas ou práticas de mercado serão ineficazes ou prejudiciais.

Assim, a participação igualitária das mulheres na tomada de decisões não é apenas uma exigência de simples justiça ou democracia,

²¹ FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. *Realizing a New Vision for Agriculture: A roadmap for stakeholders*, 2011. Disponível em: DocHd11OnPPMtmpTarget (sai-platform.org). Acesso 30 jun. 2023.

mas também uma condição necessária para que os interesses das mulheres sejam considerados.

A Plataforma de Ação de Pequim²², estabelecida em 1995, tem dois objetivos estratégicos relacionados à participação plena e efetiva das mulheres e igualdade de oportunidades para a liderança, são eles:

- (i) adotar medidas para garantir às mulheres igualdade de acesso às estruturas de poder e ao processo de decisão e sua participação em ambos; e
- (ii) aumentar a capacidade das mulheres para participar no processo de tomada de decisões e ocupar posições de chefia.

Compreende-se que o alcance da igualdade, do desenvolvimento e da paz depende significativamente da participação ativa das mulheres e da incorporação de sua perspectiva em todas as esferas de tomada de decisão.

Relatório da ONU Mulheres de 2021²³ observou que, ao redor do mundo, maiores proporções de mulheres legisladoras estão associadas a maiores investimentos públicos em políticas favoráveis à família, como o cuidado das crianças, educação infantil, licenças parentais e saúde, ao mesmo tempo em que são observados menores gastos públicos com atividades militares.

Observou-se, também, que os resultados em prol da igualdade de gênero são mais efetivos quando a participação feminina acontece ao longo de instituições públicas e privadas, permitindo com que as mulheres possam gerar diferentes frentes mútuas de pressão para atingir objetivos em comum.

Um bom exemplo é o da Argentina, onde durante a pandemia do COVID-19, foram alcançados resultados relevantes em termos de respostas baseadas em gênero. Esse avanço foi possível graças à presença significativa de mulheres em posições de liderança na esfera

²² VIOTTI, Maria. *Declaração e Plataforma de Ação da IV Conferência Mundial sobre a Mulher*, 1995. Disponível em: https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2013/03/declaracao_beijing.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

²³ UN WOMEN, *Beyond COVID-19: A feminist plan for sustainability and social justice*, 2021. Disponível em: <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2021/09/beyond-covid-19-a-feminist-plan-for-sustainability-and-social-justice>. Acesso 30 jun. 2023.

política, bem como ao apoio do setor privado. Essa combinação mostrou-se efetiva na implementação de políticas de apoio às mulheres durante a pandemia e na conquista histórica da legalização do aborto em 2020.

Um exemplo no âmbito das ações via Estado seria a exigência do mínimo de mulheres participando das decisões durante a negociação e implementação de acordos e outros compromissos a nível de política comercial, bem como a realização de consultas a redes de cooperação e sociedade civil. Como explica relatório da ONU Mulheres²⁴, é importante envolver as mulheres produtoras e comerciantes, e suas respectivas associações, na formação de políticas e medidas de facilitação do comércio. Como a maioria das atividades comerciais atuais das mulheres é basicamente de natureza informal, a formalização dos canais de comércio muitas vezes exclui as mulheres comerciantes.

Uma estratégia possível seria a inclusão de comitês da sociedade civil compostos por mulheres para participar do processo de elaboração de políticas públicas responsivas a gênero. O mesmo pode acontecer no mercado, através de consultas empresariais a esses comitês, para levantamento de melhores práticas.

Por exemplo, no âmbito de empresas e organizações privadas, a presente pesquisa identificou que representação feminina já observou alguns avanços em cargos técnicos e administrativos, porém, ainda há um longo caminho a ser percorrido em relação à participação feminina em cargos de gerência, supervisão e conselhos de diretoria. Assim, um exemplo de ação responsiva seria a exigência de um mínimo de representação feminina nessas posições de liderança.

Nesse sentido, a representação feminina nas posições de tomada de decisão nos Estados e nas empresas é fundamental para um comércio global mais responsivo à desigualdade de gênero. Mulheres trazem perspectivas únicas, conhecimento e experiências que podem enriquecer as discussões e decisões relacionadas ao comércio. A inclusão de mulheres nas posições de liderança promove a equidade e a igualdade de oportunidades, permitindo que suas vozes sejam ouvidas e consideradas no desenvolvimento de políticas comerciais.

²⁴ UN WOMEN, *Gender, Trade and Green Growth*, 2014. Disponível em: <https://asiapacific.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20ESEAAsia/Docs/Publications/2015/10/Summary%20UN%20Women%20%20Gender%20Trade%20%20Green%20Growth.pdf>. Acesso 30 jun. 2023.

Essa estratégia é fundamental para endereçar o problema da falsa impressão de progresso, assim como o problema da criação das barreiras comerciais. Sem representação feminina na liderança, qualquer iniciativa em prol da eliminação da desigualdade de gênero é ineficaz, uma vez que ela será formulada sob o ponto de vista masculino, o que como explica a famosa frase de Simone de Beauvoir, é frequentemente confundido com a verdade absoluta.

Em resumo, a presença feminina em cargos de poder desafia normas patriarcais e estereótipos de gênero, criando uma cultura de trabalho mais inclusiva e garantindo que as decisões sejam tomadas de forma mais abrangente e justa. Ao promover a representação feminina nas posições de tomada de decisão no comércio global, podemos construir um ambiente mais igualitário e responsivo à desigualdade de gênero, contribuindo para um comércio global em linha com o #ODS5 da ONU.

4.2. *Abordagem interseccional como estratégia possível para a construção de um comércio global mais responsivo à desigualdade de gênero*

É reconhecido que mulheres e meninas experimentam impactos e os benefícios das políticas e práticas comerciais de forma desproporcional, a depender de outros aspectos que tangenciam o tema de gênero, como raça, etnia, região geográfica, cultura, religião, orientação sexual, dentre outros. Isto é, existem lacunas entre as próprias mulheres. A abordagem interseccional busca contemplar esse fenômeno e garantir que as diferentes perspectivas estão sendo consideradas na luta pela eliminação da desigualdade de gênero.

Interseccionalidade é um aspecto importante da “onda” contemporânea do feminismo. Ivone Caetano²⁵ explica que, através de um esforço analítico, os movimentos feministas podem ser estudados por meio de “ondas”, que representam períodos que auxiliam na compreensão e diferenciação das demandas específicas envolvidas. À medida que o tempo passa, a sociedade passa por mudanças e o

²⁵ CAETANO, Ivone. *O feminismo brasileiro: uma análise a partir das três ondas do movimento feminista e a perspectiva da interseccionalidade*, EMERJ, 2017. Disponível em: https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistas/genero_e_direito/edicoes/1_2017/pdf/DesIvoneFerreiraCaetano.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

movimento feminista amadurece, surgem novas demandas que refletem questões emergentes.

A abordagem interseccional reconhece que as opressões e desigualdades enfrentadas pelas mulheres não podem ser entendidas isoladamente, mas sim como resultado da interseção de diferentes sistemas de opressão. Essa perspectiva busca dar voz e visibilidade às experiências e desafios enfrentados por mulheres que pertencem a grupos marginalizados e oprimidos, reconhecendo que suas vivências são moldadas por múltiplas formas de discriminação.

Reconhecer interseccionalidade no comércio global é se preocupar se os impactos e benefícios de determinada iniciativa comercial estão sendo percebidos de maneira equitativa por grupos específicos de mulheres, como mulheres pretas, mulheres indígenas, mulheres quilombolas, mulheres transexuais, mulheres com sobrepeso, mulheres do sul-global, mulheres com deficiência, mulheres que são mães etc. Essas mulheres, pertencentes a diferentes contextos e experiências, podem enfrentar desafios e barreiras adicionais no comércio global.

A compreensão do papel da interseccionalidade é fundamental no desenvolvimento de estatísticas comerciais sensíveis ao gênero. A análise do grau em que a sociedade se beneficia da política ou prática comercial vai além da coleta de dados desagregados por sexo, sendo necessário realizar outros recortes de análise.

A meta 5.1 do #ODS5 da ONU é “Acabar com todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e meninas em todas as partes”. O Instituto de Pesquisa e Econômica Aplicada (IPEA) considerou pertinente adequar a linguagem da primeira meta para incluir de forma expressa as intersecções com raça, etnia, idade, deficiência, orientação sexual, identidade de gênero, territorialidade, cultura, religião e nacionalidade, em especial para as meninas e mulheres do campo, da floresta, das águas e das periferias urbanas.

A justificativa para a adequação é que a visibilidade dessas intersecções é uma demanda por reconhecimento, a fim de que sejam levadas em conta as singularidades das desigualdades e discriminações que afetam os diferentes sujeitos, em linha com o lema dos ODS: “não deixar ninguém para trás”.

Essa iniciativa do IPEA demonstra a importância da abordagem interseccional na análise de questões de gênero, no intuito de observar os diferentes níveis de discriminação contra as mulheres a depender

de outros fatores além do gênero, e garantir que suas demandas e necessidades estejam sendo consideradas.

Um ponto muito importante aqui é a linguagem utilizada nas políticas e práticas. Dentro dessa estratégia, é fundamental que a linguagem mencione expressamente grupos de mulheres menos favorecidos. Como explica Caroline Perez no trabalho “Invisible Women: data bias in a world designed for Men”, em português “Mulheres invisíveis: distorção de dados em um mundo projetado para homens”²⁶, o uso da linguagem é fundamental para definir como a história é contada, e para onde ela vai caminhar.

Por exemplo, se o masculino é o padrão, incluir o feminino na linguagem é primordial para incluir as mulheres. Da mesma forma, incluir grupos menos favorecidos de mulheres de forma explícita na linguagem de políticas e práticas no âmbito do comércio global é fundamental para possibilitar sua inclusão.

Essa estratégia é fundamental para endereçar o problema da falsa impressão de progresso. Sem o reconhecimento das múltiplas faces da realidade das mulheres, qualquer iniciativa em prol da eliminação da desigualdade de gênero é ineficaz, uma vez que ela será em prol exclusivamente de um restrito grupo mais privilegiado de mulheres.

Em resumo, considera-se essencial aplicar a lente multidimensional na formulação e implementação de políticas e práticas responsivas à desigualdade de gênero, bem como uma linguagem que a reflita, reconhecendo as múltiplas interseções que permeiam o tema. Somente assim será possível caminhar em direção ao #ODS5 sem deixar ninguém para trás.

4.3. Lente de gênero (gender mainstreaming) como estratégia possível para a construção de um comércio global mais responsivo à desigualdade de gênero

A presente pesquisa apontou consistentemente que as estratégias para um comércio global mais responsivo à desigualdade de gênero estão menos relacionadas a medidas específicas rotuladas como pró-igualdade de gênero e mais ligadas à adoção de uma “Lente de Gênero”.

²⁶ PEREZ, Caroline. *Invisible Women: data bias in a world designed for men*. Abram Press, 2019.

Ao aplicar uma “Lente de Gênero” nas políticas e práticas comerciais, busca-se avaliar de forma sistemática as implicações de gênero em todos os seus aspectos. Isso implica em analisar como as decisões comerciais afetam mulheres e homens de forma diferenciada, levando em consideração as dinâmicas de poder, as desigualdades estruturais e as normas sociais que permeiam o comércio global.

Trata-se de uma abordagem que incide todas as ações de um Estado, de uma Empresa ou de quaisquer organizações, e permite que – em quaisquer decisões – sejam analisados quais são os impactos e lacunas do ponto de vista dos papéis de gênero atribuídos socialmente e quais anomalias precisam ser corrigidas para àquela ação específica.

Como explica Galiza e Silva²⁷, a incorporação de uma Lente de Gênero às políticas comerciais e práticas de mercado tem o potencial de equilibrar os impactos destas para homens e mulheres.

Essa abordagem tem ganhado visibilidade através do termo em língua inglesa “*gender mainstreaming*”, que busca designar abordagens que para a elaboração de políticas e práticas que proativamente e explicitamente levem em conta os interesses e as preocupações tanto das mulheres quanto dos homens. Segundo dados do Conselho da Europa, esse termo foi cunhado em 1985 na Conferência Mundial sobre Mulheres em Nairóbi²⁸.

Um exemplo a nível de respostas de gênero via Estados é a utilização de Lente de Gênero em Acordos Comerciais. Por exemplo, um acordo comercial pode incluir uma cláusula registrando o compromisso mútuo dos países em cooperar pela eliminação da desigualdade de gênero (fato incerto). A leitura da situação com uma lente de gênero, entretanto, seria, por exemplo: no âmbito de cláusulas relacionadas a investimentos de exportação, estruturar sua linguagem para abordar expressamente como os investimentos vão considerar o fato de que as mulheres têm menos acesso à exportação do que os homens. Outro exemplo: se existem compromissos na redução de tarifas, adequar a

²⁷ GALIZA E SILVA, Gabriela. *Comércio e gênero: um novo tema na agenda internacional*. FGV São Paulo School of Economics: Working Paper Series, 2018. Disponível em <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/24776>. Acesso 30 jun. 2023.

²⁸ CONSELHO EUROPEU, *What is gender mainstreaming?*, 2022. Disponível em: <https://www.coe.int/en/web/genderequality/what-is-gender-mainstreaming>. Acesso 30 jun. 2023.

linguagem para considerar como gênero interfere na tributação no contexto dos países parte do acordo. De uma forma geral, a questão é: o que pode ser estruturado diferente para reduzir essas interferências?

Vale ressaltar que, quando o assunto é aplicação de lente de gênero ou *gender mainstreaming* em Acordos Comerciais, o vanguardismo e experiência dos Acordos Africanos fornece uma experiência valiosa que pode apoiar na observação de melhores práticas para a inclusão de cláusulas de gênero em acordos comerciais. Estudo conduzido por Laperle-Forget²⁹ revelou que Acordos Africanos trazem a perspectiva de gênero de uma forma transversal, incorporada a outros temas, ao invés de incluir temas de gênero apenas em cláusulas ou capítulos isolados.

Já dentro de uma empresa organização, a utilização da Lente de Gênero poderia ser a formulação de políticas com linguagem e mecanismos detalhados que respondam a questões relacionadas a salários e disparidades salariais, segregação ocupacional, acesso à educação, oportunidades de liderança, violência de gênero, divisão de trabalho doméstico não remunerado etc. Essa lente demanda um compromisso em constantemente identificar como as normas culturais, as políticas e as práticas institucionais podem perpetuar desigualdades de gênero e a desenvolver estratégias para promover a igualdade e a equidade.

Essa estratégia é fundamental para endereçar o problema da falsa impressão de progresso. Sem a utilização de uma lente que observe toda e qualquer ação sob a perspectiva de gênero, qualquer iniciativa em prol da eliminação da desigualdade de gênero é ineficaz, uma vez que ela será formulada com muitas lacunas por onde vão escapar aspectos fundamentais para que os efeitos sejam percebidos na prática.

Em resumo, uma lente de gênero é uma abordagem analítica ampla que considera as desigualdades e dinâmicas de poder entre homens e mulheres em diversas áreas e garante que em toda e qualquer decisão seja considerado quais são os impactos e lacunas do ponto de vista dos papéis de gênero atribuídos socialmente e quais anomalias

²⁹ LAPERLE-FORGET, Lolita. *Gender Provisions in African Trade Agreements: An Assessment of the Commitments for Reconciling Women's Empowerment and Global Trade*, Tralac Working Paper No. G21WP11/2021, 2021. Disponível em: <https://www.tralac.org/publications/article/15242-gender-provisions-in-african-trade-agreements-an-assessment-of-the-commitments-for-reconciling-women-s-empowerment-and-global-trade.html>. Acesso 30 jun. 2023.

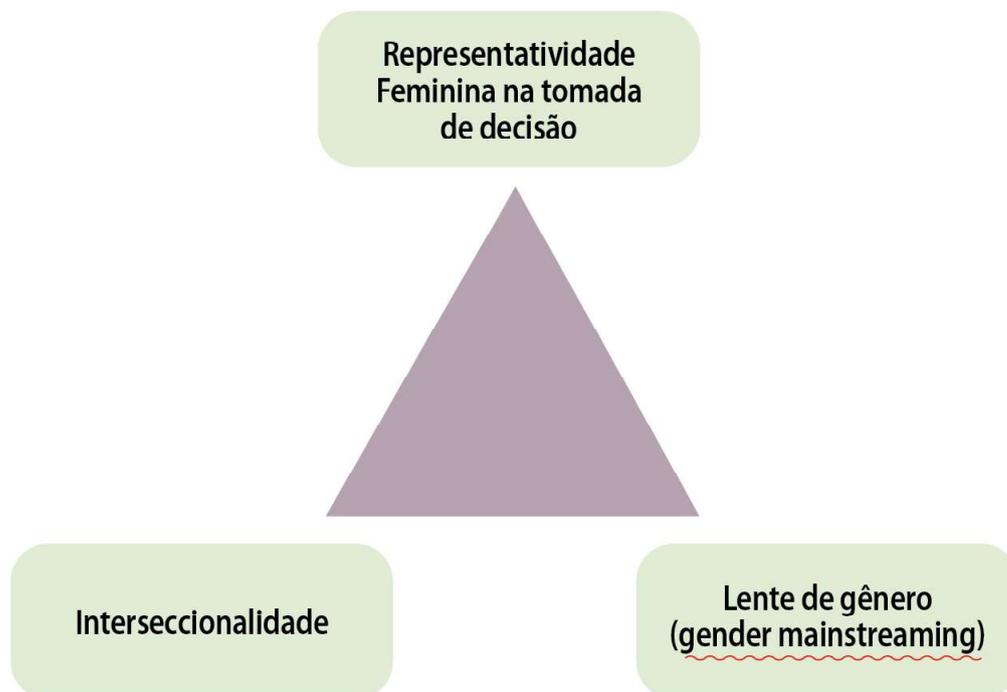
precisam ser corrigidas para àquela ação específica. Considera-se que essa abordagem é fundamental para construir um comércio global mais responsivo às lacunas de gênero, em direção ao #ODS5 da ONU.

4.4. Conclusão sobre as estratégias no comércio global para melhores práticas estatais e de mercado em direção à eliminação da desigualdade de gênero nos termos do #ODS5 da ONU

Para promover um comércio global mais sensível à desigualdade de gênero, é fundamental que as políticas, práticas e regulamentos sejam estabelecidos de maneira consistente, transparente e baseada em evidências. Isso cria um ambiente propício para o envolvimento construtivo de empresas e organizações. Além disso, é necessário fornecer parâmetros e diretrizes concretas para a implementação eficaz das metas do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 5 (#ODS5).

Fora apresentadas três estratégias básicas para a construção de um comércio global mais responsivo à desigualdade de gênero, em linha com as metas que compõem o #ODS5 da ONU. Pode-se dizer que essa tríade constitui um pilar inicial para que, a partir dele, sejam identificadas medidas efetivas para cada caso concreto, com vistas a evitar genderwashing. A Figura 4 abaixo resume:

Figura 5: Visão geral das estratégias básicas no comércio global para melhores práticas em direção à eliminação da desigualdade de gênero nos termos do #ODS5 da ONU



Fonte: elaborado pela autora (2023)

Nesse sentido, o que se propõe é que caminho por um comércio global mais responsivo a desigualdade de gênero depende da liderança feminina na tomada de decisão, e requer que essa liderança seja exercida de forma a utilizar uma abordagem interseccional e transversal (*mainstreaming*) do tema.

5. Conclusão

Essa pesquisa parte do desconforto diante da incerteza de até que ponto a multiplicidade de iniciativas no comércio global em combate à desigualdade de gênero tem cumprido com o objetivo primordial, ou promovido o que se referiu como *Genderwashing*. Em outras palavras, o termo denota a apropriação do discurso pró igualdade de gênero por quaisquer organizações que visam ganhar maior credibilidade em termos de sustentabilidade social, mas não adotam medidas efetivas para redução da desigualdade de gênero. Pode-se dizer que é o fenômeno

descreve uma “Máscara de Gênero” que é utilizada, existindo uma lacuna entre o que se propõe e o que se pratica.

Foi observado que *Genderwashing* não é uma prática restrita às empresas. Estados ou outras organizações também podem ser agentes desse fenômeno, uma vez que o compromisso com sustentabilidade se tornou uma moeda em *Trade-offs*, fazendo com que a preocupação com igualdade de gênero seja uma demanda a ser atendida para construir compromissos comerciais a nível global. Assim, qualquer ator que pratique ações no comércio global pode promover *Genderwashing* ou vestir Máscaras de Gênero.

Buscou-se, então, observar quais os principais desafios no comércio global em relação ao fenômeno do *Genderwashing*, ou das máscaras de gênero que fazem existir uma lacuna entre o discurso e a prática, e quais estratégias podem orientar melhores práticas em direção a um comércio global alinhado com o #ODS5 da ONU.

Ao final da pesquisa, observou-se que o fenômeno do *Genderwashing* ou Máscaras de gênero, bem como seus efeitos relacionados, acabam por multiplicidade de iniciativas no âmbito público e privado, muitas vezes com falta convergência entre elas, tem provocado uma falsa impressão de progresso, o que é um perigoso placebo que além de não possibilitar a cura, atrasa o desenvolvimento de soluções efetivas e ainda pode causar efeitos colaterais indesejados, ao exemplo de barreiras comerciais que impedem o acesso de atores menos favorecidos ao comércio global.

Assim, quando uma resposta de gênero, seja via Estado ou Mercado, configura *Genderwashing* ou Máscara de Gênero, ela não beneficia nem as mulheres nem o comércio. Justifica-se, portanto, que a eliminação dessas práticas seja de interesse coletivo.

Entende-se que nenhuma iniciativa está imune ao fenômeno do *Genderwashing* ou Máscaras de Gênero. Não se trata simplesmente da boa intenção de quem formula e implementa políticas ou práticas, mas da capacidade responsiva destas em efetivamente gerar impactos positivos em direção ao #ODS5 da ONU.

Recomenda-se, então, que quaisquer iniciativas em resposta à desigualdade de gênero estejam acompanhadas por uma análise de impacto que permita avaliar se a estrutura permite o alcance de objetivos concretos.

Para evitar que uma política ou prática configure *Genderwashing*, foram apresentadas três estratégias, como o pilar do que se entende como

boa prática na elaboração e implementação de uma iniciativa responsiva a gênero: (1) a primeira se refere a representatividade feminina e diversa na tomada de decisão, como condição necessária para que os interesses das mulheres sejam considerados; (2) a segunda se refere à abordagem interseccional, com vistas a garantir que as diferentes perspectivas estão sendo consideradas na luta pela eliminação da desigualdade de gênero; e a (3) terceira se refere a estratégia de utilizar uma lente de gênero, de forma a inserir o tema de gênero em todas as políticas e práticas, ao invés de criar iniciativas isoladas.

Por fim, o que se busca salientar são efeitos nocivos da lacuna entre o discurso e a prática, e a existência de estratégias disponíveis para a construção de um comércio global mais responsivo à desigualdade de gênero. Evidenciar esse fenômeno é uma forma de tentar transformar uma estrutura global implicitamente tendenciosa contra as mulheres e caminhar em direção ao #ODS5 da ONU que visa eliminar todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e meninas.

Espera-se que Estados e Mercado cooperem para observar e endereçar as lacunas deixadas pelo fenômeno do *Genderwashing* ou Máscaras de Gênero agora, momento no qual tem-se um compromisso a nível global pela eliminação da desigualdade de gênero até 2030, na esperança de evitar de evitar a reprodução dos mesmos erros da globalização neoliberal.

Referências bibliográficas

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. *O perigo da história única*, Ted Talk, 2009. Disponível em: https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript?language=pt. Acesso 30 jun. 2023.

ALEMANHA, *Guidelines for Feminist Foreign Policy: a foreign policy for all*, 2023. Disponível em: <https://www.auswaertiges-amt.de/en/aussenpolitik/themen/ffp-guidelines/2585074?openAccordionId=item-2585076-0-panel>. Acesso 30 jun. 2023.

APEX BRASIL, *Mulheres na Exportação: ApexBrasil capacita pequenas e médias empresárias a expandirem seus negócios*, 2022. Disponível em: <https://apexbrasil.com.br/br/pt/conteudo/noticias/mulheres-na-exportacao-apexbrasil-capacita-pequenas-e-medias-empresarias-a-expandirem-seus-negocios.html>. Acesso 30 jun. 2023.

ARANHA et. al., *Estudo sobre conformação regulamentar apoiada em modelagem regulatória por incentivos*, CCCOM, 2020.

ARANHA, Iorio Márcio. *Manual de direito regulatório: fundamentos de direito regulatório*, 6ª ed., Laccademia publishing, 2021.

ARANHA, M. I. et al. *Estudo sobre conformação regulamentar apoiada em modelagem regulatória por incentivos: relatório técnico*. Universidade de Brasília, 2020. Disponível em: https://sei.anatel.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php?eEP-wqk1skrd8hSlk5Z3rN4EVg9uLJqrLYJw_9INcO7Hks0VzNfpQoGpTDKy7bK3IIpWxpGI-WyEsckHAKOABxCpcpkhkOoWrtmbB8xE-5vR82yRaSP8Rez1EN_G1zoi8. Acesso 30 jun. 2023.

ATHAYDE, Amanda; LEONI, Gabriela. *Gender-responsive private standards: a tool for sustainable trade?*, SRRN, 2022. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4254211>. Acesso 30 jun. 2023.

BAHRI, Amrita. *Making Trade Agreements Work for Women Empowerment*, Latin American Journal of Trade Policy, 2021. Disponível em: https://www.academia.edu/78991284/Making_Trade_Agreements_Work_for_Women_Empowerment. Acesso 30 jun. 2023.

BENSALEMN, Haifa. *Gender as included in bilateral and multi-party trade and integration agreements*, CUTS International, 2017. Disponível em: <https://www.cuts-geneva.org/pdf/STUDY%20-%20Gender%20and%20Trade.pdf>. Acesso 30 jun. 2023.

BRASIL, *Acordo de Associação Mercosul-União Europeia*, Resumo Informativo, 2019. Disponível em https://www.gov.br/mre/pt-br/arquivos/documentos/politica-externa-comercial-e-economica/2019_10_24_Resumo_Acordo_Mercosul_UE_CGNCE.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

BRASIL, *Aid for Trade Self Assessment Questionnaire*, 2017, Disponível em: <https://www.oecd.org/aidfortrade/countryprofiles/Brazil-Aid-for-Trade-self-assessment-2017.pdf>. Acesso 30 jun. 2023.

BRASIL, *MDIC e ApexBrasil lançam projeto de mentoria para mulheres no comércio exterior*, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2023/junho/mdic-e-apexbrasil-lancam-projeto-de-mentoria-para-mulheres-no-comercio-exterior>. Acesso 30 jun. 2023.

BRASIL, Programa “Brasil Pra Elas” anuncia mais crédito para mulheres empreendedoras, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2022/marco/programa-201cbrasil-para-elas201d-anuncia-mais-credito-para-mulheres-empreendedoras>. Acesso 30 jun. 2023.

BURK, Martha. *Gender Washing at Walmart*, Huffpost, 2011. Disponível em: https://www.huffpost.com/entry/gender-washing-at-walmart_b_964942. Acesso 30 jun. 2023.

BURK, Martha. *Genderwashing at Walmart*, Huffpost, 2017. Disponível em: https://www.huffpost.com/entry/gender-washing-at-walmart_b_964942. Acesso 30 jun. 2023.

CAETANO, Ivone. *O feminismo brasileiro: uma análise a partir das três ondas do movimento feminista e a perspectiva da interseccionalidade*, EMERJ, 2017. Disponível em: https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistas/genero_e_direito/edicoes/1_2017/pdf/DesIvoneFerreiraCaetano.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

CANADÁ, *Canada's feminist international assistance policy*, 2017. Disponível em: https://www.international.gc.ca/world-monde/assets/pdfs/iap2-eng.pdf?_ga=2.245298245.1534191162.1627974389-1896573529.1627401039. Acesso 30 jun. 2023.

CARNEIRO, Giovana de Souza. *Cooperação regulatória internacional no Brasil: desafios e estratégias a partir da regulação dos dados pessoais e da inteligência artificial*, Dissertação de Mestrado em Direito na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2023.

CHILE, *Foreign Minister Antonia Urrejola: “The development of a feminist foreign policy will be a distinguishing hallmark and a vanguard element of our diplomacy”*, 2022. Disponível em: <https://www.minrel.gob.cl/foreign-minister-antonia-urrejola-the-development-of-a-feminist>. Acesso 30 jun. 2023.

CIPRIANO, Keurrie; SANTOS, Emanuela da Silva. *ESG - Diversidade de gênero na liderança operacional do E&P: A contribuição feminina no engajamento e resultados*, IBP, 2022. Disponível em: <https://biblioteca.ibp.org.br/scripts/bnmapi.exe?router=upload/35184>. Acesso 30 jun. 2023.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA, *Novas barreiras e tendências no comércio internacional: possíveis impactos para as exportações brasileiras*, 2021. Disponível em: https://static.portaldaindustria.com.br/media/filer_public/95/15/95152dbf-2782-4deb-8427-8f0adcdd3786/novas_barreiras_comerciais.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

CONSELHO EUROPEU, *What is gender mainstreaming?*, 2022. Disponível em: <https://www.coe.int/en/web/genderequality/what-is-gender-mainstreaming>. Acesso 30 jun. 2023.

CRISTÓVAM, José Sérgio da Silva; SOUSA, Thanderson Pereira de. *Políticas públicas e responsividade: um caminho civilizatório em átomos de crise*. In. ZOCKUN, Maurício; GABARDO, Emerson (Coord.). *O direito administrativo do pós-crise*. Curitiba, Íthala, 2021, p. 307-319.

DAI, *How to Ensure Voluntary Sustainability Standards are More Effective in Promoting Gender Equality in Global Value Chains*, 2019. Disponível em: <https://dai-global-developments.com/articles/how-to-ensure-voluntary-sustainability-standards-are-more-effective-in-promoting-gender-equality-in-global-value-chains/>. Acesso 30 jun. 2023.

ESPAÑA, *Spain's Feminist Foreign Policy*, 2021. Disponível em: https://www.exteriores.gob.es/es/ServiciosAlCiudadano/PublicacionesOficiales/2021_02_POLITICA%20EXTERIOR%20FEMINISTA_ENG.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

EUROPEAN COMMISSION, *Sustainable Consumption: Policy-relevant insights on the consumers' engagement in the circular economy*, 2018. Disponível em: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/sustainable-consumption_en. Acesso 30 jun. 2023.

FANCY, Tariq. *The secret diary of a sustainable investor – Part 1*, 2021. Disponível em: <https://medium.com/@sosofancy/the-secret-diary-of-a-sustainable-investor-part-1-70b6987fa139>. Acesso 30 jun. 2023.

FONTANA, Marzia. *Women's Work: The Impact of Trade on Gender Equality*, *World Politics Review*, 2014. Disponível em: <https://www.worldpoliticsreview.com/womens-work-the-impact-of-trade-on-gender-equality/>. Acesso 30 jun. 2023.

FONTOURA, Andrezza; PRATES, Verônica. *(Des)igualdade de gênero: qual o papel do Comércio Internacional?*, 2018. Disponível em

<https://comexdobrasil.com/desigualdade-de-genero-qual-o-papel-do-comercio-internacional/>. Acesso 30 jun. 2023.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. *Davos Manifesto 2020: The Universal Purpose of a Company in the Fourth Industrial Revolution*, 2020. Disponível em: <https://www.weforum.org/agenda/2019/12/davos-manifesto-2020-the-universal-purpose-of-a-company-in-the-fourth-industrial-revolution>. Acesso 30 jun. 2023.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. *Global Gender Gap Report, Key Findings*, 2017. Disponível em: https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2017.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. *Global Gender Gap Report, Key Findings*, 2023. Disponível em: https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2023/?gclid=Cj0KCQjwwISIBhD6ARIsAESAmP786eWikse8Clzhn_ugk_WqAaxE8aCYe7Vk7j6BKGXjOFN3RS-c2kd4aAimPEALw_wcB. Acesso 30 jun. 2023.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. *Realizing a New Vision for Agriculture: A roadmap for stakeholders*, 2011. Disponível em: [Do-cHdl1OnPPMtmpTarget \(saiplatform.org\)](http://Do-cHdl1OnPPMtmpTarget(saiplatform.org)). Acesso 30 jun. 2023.

FOUCAULT, Michel. *A verdade e as formas jurídicas*. Editora Nau, Rio de Janeiro, 2005.

FRANÇA, *France's international strategy on gender equality*, 2018. Disponível em: https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/meae_strategie_-_en_cle076525.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

FRAZÃO, Ana. *Diário secreto dos investimentos ESG*, Jota, 2021. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/diario-secreto-dos-investimentos-esg-06102021>. Acesso 30 jun. 2023.

FREDERICI, Silvia. *O ponto zero da revolução: trabalho doméstico, reprodução e luta feminista*, São Paulo: Elefante, 2019.

G1 Economia, *56% acham que capitalismo faz mais mal do que bem, aponta estudo*, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/02/13/56percent-acham-que-capitalismo-faz-mais-mal-do-que-bem-aponta-estudo.ghtml>. Acesso 30 jun. 2023.

GALIZA E SILVA, Gabriela. *Comércio e gênero: um novo tema na agenda internacional*. FGV São Paulo School of Economics: Working Paper Series, 2018. Disponível em <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/24776>. Acesso 30 jun. 2023.

GIUNI, Lilia. *Feminism is now used to sell almost everything*, Cambridge Centre for Social Innovation, 2020. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=0eOu85J_r2Y. Acesso 30 jun. 2023.

IBGE, *Indicadores do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável nº 5*. Disponível em: <https://pgiods.ibge.gov.br/index.html?mapid=210>. Acesso 30 jun. 2023. _

ICRW, *Defining Feminist Foreign Policy: a 2021 update*, 2021. Disponível em: <https://www.icrw.org/publications/defining-feminist-foreign-policy/>. Acesso em: 30 jun. 2023.

INMETRO, *Manual de Barreiras Técnicas*, 2012. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/barreirastecnicas/barreirastecnicas.asp>. Acesso 30 jun. 2023

IPEA, *Objetivo de Desenvolvimento Sustentável nº 5*, Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/ods/#ODS5.html>. Acesso 30 jun. 2023.

LAPERLE-FORGET, Lolita. *Gender Provisions in African Trade Agreements: An Assessment of the Commitments for Reconciling Women's Empowerment and Global Trade*, Tralac Working Paper No. G21WP11/2021, 2021. Disponível em: <https://www.tralac.org/publications/article/15242-gender-provisions-in-african-trade-agreements-an-assessment-of-the-commitments-for-reconciling-women-s-empowerment-and-global-trade.html>. Acesso 30 jun. 2023.

LEONI Gabriela, *Gênero e Comércio Internacional: riscos jurídicos e geopolíticos inerentes à emenda proposta às cláusulas de gênero do ACL Brasil-Chile*, Revista do IBRAC, 2021. Disponível em: http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_informativo/2022_Periodicos/Rev-IBRAC_v.26_n.2_2021.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

LEONI, Gabriela. *Arbitragem e Comércio Internacional: resultados e perspectivas a partir do WTO Multi-Party Interim Appeal Arrangement (MPIA)*, in ATHAYDE, Amanda. *Comércio Internacional e Concorrência Desafios e Perspectivas Atuais Volume IV*, Universidade de Bra-

sília, 2022. Disponível em: https://www.amandaathayde.com.br/_files/ugd/62c611_fdcbecf7132b4e2491dda423bf36816b.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

LEONI, Gabriela. BARROCA, Thiago. *Multilateralism: the Only way out is deeper in*, Enlaw, 2020. Disponível em: <https://enlaw.com.br/revista/705>. Acesso 30 jun. 2023.

LUXEMBURGO, *Foreign Policy Address presented by Mr Jean Asselborn Minister of Foreign and European Affairs to the Luxembourg Parliament*, 2019. Disponível em: https://maee.gouvernement.lu/content/dam/gouv_maee/minist%C3%A8re/d%C3%A9clarations-de-politique-%C3%A9trang%C3%A8re/2019/EN-Declaration-de-politique-etrangere-2019.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

MCKINSEY & LEANIN. *Women in the Workplace*, 2021. Disponível em: <https://womenintheworkplace.com>. Acesso 30 jun. 2023.

MCKINSEY, *Delivering through Diversity*, 2018. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/business-functions/people-and-organizational-performance/our-insights/delivering-through-diversity>. Acesso 30 jun. 2022.

MÉXICO, *La política Exterior Feminista del Gobierno de México*, 2020. Disponível em: <https://issuu.com/idealbas.sre/docs/feminismo-single>. Acesso 30 jun. 2023.

MONTEIRO, José Antonio. *The Evolution of Gender-related Provisions in Regional Trade Agreements*, WTO Staff Working Paper ERSD-2021-8, 2021. Disponível em: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd202108_e.htm. Acesso 30 jun. 2023.

MONTEIRO, Laís. VIANNA, Alexandra. *Pornografia, Subjetividade e Violência de Gênero*. *Polêmica – Revista Eletrônica da UERJ*, 2020. Disponível em: DOI: 10.12957/polemica.2020.63484. Acesso 30 jun. 2023.

MONTELEZ BRASIL, *Diversidade de Inclusão*. Disponível em: <https://www.mondelezinternational.com/Brazil/Diversity-and-Inclusion>. Acesso 30 jun. 2023.

NU. CEPAL, *Consenso de Montevideu sobre população e desenvolvimento*, 2013. Disponível em: <https://www.cepal.org/pt-br/>

[publicaciones/21884-consenso-montevideu-populacao-desenvolvimento](#). Acesso 30 jun. 2023.

O VALOR, *Mondelez investe R\$ 600 milhões para ampliar diversidade*, 2023. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2023/02/09/mondelez-investe-r-600-milhoes-para-ampliar-diversidade.ghtml>. Acesso 30 jun. 2023.

OKUN, Arthur M. *Equality and efficiency: the big tradeoff*, Brookings Institution Press, 2015. Disponível em <https://www.brookings.edu/books/equality-and-efficiency-the-big-tradeoff/>. Acesso 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, *Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável*, 2015. Disponível em <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, *Convenção sobre a eliminação de todas as formas de discriminação contra a mulher*, 1979. Disponível em: https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2013/03/convencao_cedaw1.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, *Declaração Universal de Direitos Humanos*, 1948, Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>. Acesso 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, *Female genital mutilation*, 2023. Disponível em: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/female-genital-mutilation#:~:text=It%20involves%20removing%20and%20damaging,more%20severe%20forms%20of%20FGM>. Acesso 30 jun. 23.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, *Aid for Trade Global Review 2022: Empowering connected, sustainable trade*, 2022. Disponível em https://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/a4t_e/a4tpublicationgr22_e.htm. Acesso em 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMERCIO, *Database on gender provisions in RTAs*. Disponível em: https://www.wto.org/english/tratop_e/womenandtrade_e/gender_responsive_trade_agreement_db_e.htm. Acesso 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, *Declaração Conjunta sobre Comércio e Empoderamento Econômico das Mulheres por Ocasão da Conferência Ministerial da OMC em Buenos Aires*, 2017. Dis-

ponível em: https://www.wto.org/english/thewto_e/minist_e/mc11_e/genderdeclarationmc11_e.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, *Dictionary of Trade Policy Terms*, Sixth Edition, Cambridge University Press, 2020.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, *Gender Dynamics of Crisis and Recovery*, 2022. Disponível em: https://www.wto.org/library/events/women_05122022/gender_dynamics_of_crises_and_recovery.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, *Informal Working Group on Trade and Gender*, Disponível em: https://www.wto.org/english/tratop_e/womenandtrade_e/iwg_trade_gender_e.htm. Acesso 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, *Gender and Sustainable Development*, 2008. Disponível em: <https://www.oecd.org/social/40881538.pdf>. Acesso 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, *OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers*, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1787/18156797>. Acesso 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, *OECD Meeting of Agriculture Ministers*, 2022. Disponível em: <https://www.oecd.org/agriculture/ministerial/>. Acesso 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, *Ongoing Work*. Disponível em: <https://www.oecd.org/gender/ongoingwork/>. Acesso 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, *Trade and Gender: A Framework Analysis*, 2021. Disponível em <https://doi.org/10.1787/6db59d80-en>. Acesso 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, *Trade and Gender Review of New Zealand*, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1787/923576ea-en>. Acesso 30 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. *Public Management Studies: Regulatory Co-operation for an Interdependent World*, Paris: OECD Publishing, 1994. Disponível em: <https://doi.org/10.1787/9789264062436-en>. Acesso 30 jun. 2023.

PAREKH, Serena; SHELLEY, Wilcox. *Feminist Perspectives on Globalization*, *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, 2020. Disponível em: <https://plato.stanford.edu/archives/spr2020/entries/feminism-globalization>. Acesso 30 jun. 2023.

PEREZ, Caroline. *Invisible Women: data bias in a world designed for men*. Abram Press, 2019.

SCOTT, Parry, *Transversalidade, Gênero e Interseccionalidade: Notas Iniciais sobre a Prática de Formação de Feministas*, REIA- Revista de Estudos e Investigações Antropológicas, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/reia/article/view/230000>. Acesso 30 jun. 2023.

SEGATO, Rita Laura. *Las estructuras elementales de la violencia: ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos*. Universidad Nacional de Quilmes, 2003. Disponível em: <https://redmovimientos.mx/wp-content/uploads/2020/04/Segato-Rita.-Las-Estructuras-elementales-de-la-violencia-comprimido.pdf>. Acesso 30 jun. 2023.

SHE TRADES GLOBAL, *Overview*. Disponível em: <https://intracen.org/news-and-events/events/shetrades-global>. Acesso 30 jun. 2023.

SILVA, Tatiana Dias, *Gestão da Transversalidade em Políticas Públicas*, XXXV Encontro do ANPAD, 2011. Disponível em: https://www.academia.edu/35377526/Transversalidade_e_pol%C3%ADticas_p%C3%BAblicas. Acesso 30 jun. 2023.

SMITH, Sally; BUSIELLO, Federica; TAYLOR, Georgia; JONES Elaine. *Voluntary Sustainability Standards and Gender Equality in Global Value Chains*, Geneva, ICTSD, 2018. Disponível em: https://ictsd.iisd.org/sites/default/files/research/voluntary_sustainability_standards_and_gender_equality_-_wise_development.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

SPHERA, 2021 *Snapshot of Sustainability Maturity*, 2021. Disponível em: <https://sphaera.com/2021-snapshot-of-sustainability-maturity-2-report-thank-you/>. Acesso 30 jun. 2023.

SUSTAINABLE AGRICULTURE INICIATIVE, *Our Value*. Disponível em: <https://saipatform.org/our-value/>. Acesso 30 jun. 2023.

SUSTAINABLE AGRICULTURE INICIATIVE, *Transformation through collaboration annual report*, 2021. Disponível em: https://saipatform.org/wp-content/uploads/2022/05/sai_2022_report_ok_double_page.pdf . Acesso 30 jun. 2023.

THAME, Denny. *Padrões voluntários de sustentabilidade: revisão sistemática sobre efeitos comerciais / Voluntary standards: systematic review on trade effects*, 2022. Disponível em: [10.13140/RG.2.2.36758.83529](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.36758.83529). Acesso 30 jun. 2023.

THOMPSON, Lyric; CLEMENT, Rachel. *Définir une politique étrangère féministe*, 2019. Disponível em: <https://www.icrw.org/wp-content/uploads/2019/06/Defining-Feminist-Foreign-Policy-Brief-French.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2023.

THORSTENSEN Vera, FERRAZ Lucas, *O isolamento do Brasil em relação aos acordos comerciais*, IPEA, 2014. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3762/1/BEPI_n16_isolamento.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

THORSTENSEN, Vera. JÚNIOR, Mauro Kiithi Arima. *Boas práticas regulatórias: a situação do Brasil como avaliada pela OCDE*, 2020. Disponível em <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/29175>. Acesso 30 jun. 2023.

THORSTENSEN, Vera. *OMC Organização Mundial do Comércio: as Regras do Comércio Internacional e a Nova Rodada de Negociações Multilaterais*, 2001.

THORSTENSEN, Vera; GULLO, Marcellly Fuzaro. *O BRASIL NA OCDE: membro pleno ou mero espectador?*, 2018. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/23926>. Acesso 30 jun. 2023.

THORSTENSEN, Vera; MOTA, Catherine R. *Meio ambiente, crescimento verde e sustentabilidade - indicadores verdes da OCDE: o que*

esperar da avaliação do Brasil?, 2020. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/29302>. Acesso em 30 jun. 2023.

UN GLOBAL COMPACT, Rede Brasil. GT ODS recebe representante do Itamaraty, 2015. Disponível em: <https://pactoglobal.org.br/noticia/130>. Acesso 30 jun. 2023.

UN PEACEKEEPING, *Women In Peacekeeping*, 2022. Disponível em: <https://peacekeeping.un.org/en/women-peacekeeping>. Acesso 30 jun. 2022.

UN WOMEN, *Beyond COVID-19: A feminist plan for sustainability and social justice*, 2021. Disponível em: <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2021/09/beyond-covid-19-a-feminist-plan-for-sustainability-and-social-justice>. Acesso 30 jun. 2023.

UN WOMEN, *Explainer: Sustainable Development Goal 5*, 2022. Disponível em: <https://www.unwomen.org/en/news-stories/explainer/2022/09/explainer-sustainable-development-goal-five>. Acesso 30 jun. 2023.

UN WOMEN, *Feminist Foreign Policies: An Introduction*, 2022. Disponível em: https://www.unwomen.org/sites/default/files/2022-09/Brief-Feminist-foreign-policies-en_0.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

UN WOMEN, *Feminist Foreign Policies: An Introduction*, 2022. Disponível em: https://www.unwomen.org/sites/default/files/2022-09/Brief-Feminist-foreign-policies-en_0.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

UN WOMEN, *Gender, Trade and Green Growth*, 2014. Disponível em: <https://asiapacific.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20ESEAAsia/Docs/Publications/2015/10/Summary%20UN%20Women%20%20Gender%20Trade%20%20Green%20Growth.pdf>. Acesso 30 jun. 2023.

UN WOMEN, *Progress on the Sustainable Development Goals: The gender snapshot*, 2022. Disponível em: https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2022/09/progress-on-the-sustainable-development-goals-the-gender-snapshot-2022?gclid=CjwKCAjwm4ukBhAuEiwA0zQxkx4LTKqw1OMonMbQz51AzyIcIskKKK6k6EEW9MQTgi1yjNRw_wvD9hoCzewQAvD_BwE. Acesso 30 jun. 2023.

UNCTAD, *Assessing the impact of Trade Agreements on Gender Equality*, Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/UNWomen_2020d1_en.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

UNFPA Brazil, *Relatório da Conferência Internacional sobre população e Desenvolvimento*, 1994. Disponível em: <https://brasil.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/relatorio-cairo.pdf>. Acesso 30 jun. 2023.

UNFSS, *Voluntary Sustainability Standards, Trade and Sustainable Development*, 2018. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/unfss_3rd_2018_en.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

UNFSS. *Voluntary sustainability standards: today's landscape of issues & initiatives to achieve public policy objectives*, 2012. Disponível em: https://unfss.org/wp-content/uploads/2012/05/unfss-report-initiatives-2_draft_lores.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

VALOR, Conheça as vencedoras do prêmio “*Mulheres na Liderança 2023*”, 2023. Disponível em: <https://valor.globo.com/carreira/noticia/2023/03/30/conheca-as-vencedoras-do-premio-mulheres-na-lideranca-2023.ghtml>. Acesso 30 jun. 2023.

VIOTTI, Maria. *Declaração e Plataforma de Ação da IV Conferência Mundial sobre a Mulher*, 1995. Disponível em: https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2013/03/declaracao_beijing.pdf. Acesso 30 jun. 2023.

W20, *W20 India Communique 2023*, 2023. Disponível em: <https://w20india.org/wp-content/uploads/2023/06/W20-Communique-2023.pdf>. Acesso 30 jun. 2023.

WALFRIDSSON, Hanna. *Sweden's New Government Abandons Feminist Foreign Policy*, Human Rights Watch, 2022. Disponível em: <https://www.hrw.org/news/2022/10/31/swedens-new-government-abandons-feminist-foreign-policy>. Acesso 30 jun. 2023.

WALMART, *Walmart Launches Global Women's Economic Empowerment Initiative*, 2011. Disponível em: <https://corporate.walmart.com/newsroom/2011/09/13/walmart-launches-global-womens-economic-empowerment-initiative#:~:text=Over%20the%20next%20five%20years,market%20access%20and%20career%20opportunities>. Acesso 30 jun. 2023.

WITcast, *OCDE e Acesso do Brasil*. Entrevistado: Embaixador Carlos Marcio Cozendey. Entrevistadoras: Constanza Negri Biasutti e Marina Carvalho, Woman Inside Trade (WIT), 2020, podcast. Disponível em: https://open.spotify.com/episode/4ZjWKLXA0vwNXuGGiSkTSQ?si=hsBjY2_hSK-vP8OiaZFEuQ. Acesso 30 jun. 2023.

