

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CAMPUS FLORIANÓPOLIS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS  
CURSO CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Vivian Rocha Badofszky

**As Mulheres no Mercado de Trabalho Audiovisual Brasileiro:**  
Um olhar pela ótica da Economia Feminista

Florianópolis, Santa Catarina.

2023

Vivian Rocha Badofszky

**As Mulheres no Mercado de Trabalho Audiovisual Brasileiro:**  
Um olhar pela ótica da Economia Feminista

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação  
em Ciências Econômicas do Centro  
Socioeconômico da Universidade Federal de  
Santa Catarina como requisito para a obtenção do  
título de Bacharel em Economia.

Orientadora: Dra. Eva Yamila Amanda da Silva  
Catela.

Florianópolis, Santa Catarina.

2023

Ficha de identificação da obra elaborada pela autora,  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Badofszky, Vivian Rocha

As Mulheres no Mercado de Trabalho Audiovisual  
Brasileiro : Um olhar pela ótica da Economia Feminista /  
Vivian Rocha Badofszky ; orientadora, Dra. Eva Yamila  
Amanda da Silva Catela, 2023.

62 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -  
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro  
Socioeconômico, Graduação em Ciências Econômicas,  
Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

1. Ciências Econômicas. 2. economia criativa. 3.  
economia feminista. 4. cinema e audiovisual. 5. mercado de  
trabalho. I. Catela, Dra. Eva Yamila Amanda da Silva. II.  
Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em  
Ciências Econômicas. III. Título.

Vivian Rocha Badofszky

**As Mulheres no Mercado de Trabalho Audiovisual Brasileiro: Um olhar pela  
ótica da Economia Feminista**

Florianópolis, 05 de julho de 2023

O presente Trabalho de Conclusão de Curso foi avaliado e aprovado pela banca  
examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof.(a) Eva Yamila Amanda da Silva Catela, Dr.(a)  
Instituição Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.(a) Liana Bohn, Dr.(a)  
Instituição Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.(a) Mayra Bezerra Hartmann, Dr.(a)

Certifico que esta é a **versão original e final** do Trabalho de Conclusão de  
Curso que foi julgado adequado para obtenção do título de Bacharel em Economia  
por mim e pelos demais membros da banca examinadora.

---

Prof.(a) Eva Yamila Amanda da Silva Catela, Dr.(a)  
Orientador(a)

[Florianópolis], [2023].

## AGREDECIMENTOS

Obrigada mãe, por tudo. Obrigada Archi e Lia, meus avós, pelos incentivos à minha educação. À minha irmã, Verena. E ao meu pai, que me ensinou com os momentos de presença e com a falta dela.

Ao meu companheiro João Böger que estive comigo. E a todos os amigos e amigas que tornaram esse ciclo da minha vida mais colorido.

Também agradeço minha colega de apartamento, Cristina, que me tirou várias dúvidas sobre a ABNT.

Sou grata à minha psicóloga Luciana Abreu, que esteve comigo ao longo dos anos da graduação. E ao Programa Institucional de Apoio Pedagógico aos Estudantes (PIAPE), em especial à Kainara Ferreira, que me acompanhou nos últimos meses de escrita do TCC.

Agradeço à UFSC, todos os seus funcionários e integrantes, que me proporcionaram um ambiente de conhecimentos e experiências.

O meu muito obrigada, a todos os professores e professoras, que passaram pela a minha vida, desde os primeiros anos de vida até a graduação. Em destaque a minha orientadora, Dra. Eva Yamila Amanda da Silva Catela, que me concedeu grande apoio para o desenvolvimento desse trabalho de conclusão de curso.

## RESUMO

A diminuição da desigualdade de gênero é um dos principais desafios socioeconômicos enfrentados no mundo. O estudo e compreensão dos problemas que a englobam, é o primeiro passo na construção de estratégias para erradicá-la. A Economia Criativa, da qual o cinema e o audiovisual fazem parte, não foge dessa realidade de exclusão. Nas relações de trabalho, o obstáculo da segregação ocupacional por gênero dificulta a entrada e permanência de mulheres, assim como sua ascensão para cargos de poder dessa indústria tão abrangente. Promover a visibilidade, assim como valorizar as profissionais da área, cria espaços para que essas mulheres falem de suas trajetórias artísticas e profissionais, tornando possível a reflexão dos ambientes de trabalho e a sociedade.

O presente trabalho discute o contexto, causas, efeitos e esforços de minimização da desigualdade de gênero, analisando a segregação ocupacional, horizontal e vertical, do mercado de trabalho da indústria audiovisual. O estudo ainda contribui, principalmente, apresentando uma análise de dados e revisão bibliográfica no tema, a fim de criar arcabouços para futuras políticas públicas. Os dados utilizados para o estudo foram retirados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e da Receita da Fazenda, relativos aos anos de 2003 a 2023, no Brasil.

**Palavras-chave:** Economia Criativa. Economia Feminista. Cinema e Audiovisual. Mercado de trabalho.

## **ABSTRACT**

The reduction of gender inequality is one of the main socioeconomic challenges faced in the world. The study and understanding of the problems that encompass it, is the first step in building strategies to eradicate it. The Creative Economy, of which cinema and audiovisual are part, does not escape this reality of exclusion. In labor relations, the obstacle of occupational segregation by gender, makes it difficult for women to enter and remain, as well as their rise to positions of power, in this wide-ranging industry. Promote visibility, as well as valuing professionals in the area, creates spaces for these women to talk about their artistic and professional trajectories, making it possible to reflect on work environments and society.

The present work discusses the context, causes, effects and efforts to minimize gender inequality, analyzing the occupational segregation, horizontal and vertical, of the job market in the audiovisual industry. The study also contributes, mainly, by presenting a data analysis and bibliographical review on the subject in order to create future public policies. The data used for the study were taken from the Brazilian annual list of social information - RAIS - and the Revenue Service, relating to the years 2003 to 2023, in Brazil.

**Keywords:** Creative Economy. Feminist Economics. Cinema and Audiovisual. Job market.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – CNAE: Atividades de Televisão Aberta, por gênero, entre 2006 e 2020..	30
Figura 2 – CNAE: Estúdios Cinematográficos, por gênero, entre 2006 e 2020.....	31
Figura 3 – CNAE: Produção de Filmes para Publicidade, por gênero, entre 2006 e 2020.....	31
Figura 4 – CNAE: Distribuição Cinematográfica, de Vídeo e de Programas de Televisão, por gênero, entre 2006 e 2020.....	33
Figura 5 – CNAE: Atividades de Exibição Cinematográfica, por gênero, entre 2006 e 2020.....	33
Figura 6 – CBO 2615-05 – Autor-roteirista, por gênero, entre 2003 e 2021.....	40
Figura 7 – CBO 2622-05 – Diretor de Cinema, por gênero, entre 2003 e 2021.....	42
Figura 8 – CBO 3744-05 - Editor de TV e Vídeo, por gênero, entre 2003 e 2021.....	42
Figura 9 – Quantidade de homens/mulheres no CNAE: 8592-902.....	49
Figura 10 – Quantidade de homens/mulheres no CNAE: 8592-999.....	49

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Lista da classificação “CNAE 2.0”, código e título.....	12
Tabela 2 – Lista da classificação “CBO 2002”, código e título.....	13
Tabela 3 – Distribuição do emprego no Setor Audiovisual, por gênero.....	29
Tabela 4 – Remuneração mensal média, em reais, por atividade econômica e gênero (2016).....	35
Tabela 5 – Número de homens, mulheres e total de cada CBO do audiovisual (2003).....	37
Tabela 6 – Número de homens, mulheres e total de cada CBO do audiovisual (2021).....	38
Tabela 7 - Número de MEIs por CNAE do Setor Audiovisual, Rio de Janeiro (2023). .....	45
Tabela 8 - Número de MEIs por CNAE do Setor Audiovisual, São Paulo (2023).....	46
Tabela 9 - Número de MEIs por CNAE do Setor Audiovisual, Santa Catarina (2023). .....	47

## LISTA DE ABREVIACÕES

Abraplex - Associação Brasileira de Empresas Exibidoras Cinematográficas Operadoras de Multiplex

Ancine - Agência Nacional do Cinema

CBO - Classificação Brasileira de Ocupações

CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas

FMI - Fundo Monetário Internacional

IAFFE - *International Association for Feminist Economics*

MEI – Microempreendedor Individual

RAIS - Relação Anual de Informações Socais

SDSU - *Center for the Study of Women in Television and Film da San Diego State University.*

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>
<b>2</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>
<b>3</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>
3.1	A ECONOMIA CRIATIVA E O AUDIOVISUAL.....
3.2	A MULHER ECONÔMICA.....
3.3	A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO.....
<b>4</b>	<b>ANÁLISE DESAGREGADA DE DADOS DO MERCADO DE TRABALHO AUDIOVISUAL BRASILEIRO.....</b>
4.1	O SETOR AUDIOVISUAL E AS MULHERES NO BRASIL.....
4.2	DADOS DE EMPREGO POR SETORES CNAE DO AUDIOVISUAL.....
4.3	OCUPAÇÕES DO AUDIOVISUAL PELA CBO.....
4.4	AVALIAÇÃO DOS DADOS DE MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL.....
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>

## 1 INTRODUÇÃO

No setor audiovisual, seja no cinema, na publicidade ou na fotografia, a presença feminina desempenha um papel importante, já que elas produzem, dirigem, atuam, escrevem e editam filmes e outras produções, de forma inovadora e criativa. Apesar dos avanços, as mulheres têm escassa representação nessa indústria. Os homens representam a maioria nos sets de filmagem e nas outras áreas, são eles que ocupam cargos de maior destaque, como diretores, produtores, diretores de fotografia e roteiristas. Em 2018, o Coletivo Cabiria Mulheres analisou 2.636 obras de diversos segmentos da cadeia do audiovisual, desde TV, vídeo doméstico, sala de cinema e outros mercados. Entre os 5 principais cargos do audiovisual, houve uma participação feminina de 20% na direção, 25% no roteiro, 41% na produção executiva, 57% na arte e 12% na fotografia (CABIRIA, 2018)

A pouca representatividade ocorre atrás e em frente das câmeras. Em 2019, um estudo conduzido pelo *Center for the Study of Women in Television and Film* da *San Diego State University* (SDSU) revelou que apenas 32% dos personagens falantes nos 100 filmes de maior bilheteria eram mulheres. O estudo também constatou que apenas 13% dos filmes foram dirigidos por mulheres.

É essencial que a discussão significativa da realidade das representações femininas dentro e fora da “tela”. Atrás das câmeras, as mulheres fazem avanços significativos na indústria, elas quebrando barreiras e desafiam normas. A presença feminina é visível, há muitas cineastas talentosas que causaram impacto significativo na indústria. Em Hollywood por exemplo, algumas cineastas notáveis como Kathryn Bigelow, Ava DuVernay, Sofia Coppola, Greta Gerwig, Jane Campion e Patty Jenkins, entre outras, dirigiram filmes aclamados pela crítica e bem sucedidos comercialmente, desafiando as normas e estereótipos de gênero que prevalecem em Hollywood. Entretanto, elas ainda não poucas, majoritariamente brancas, com familiares dentro da indústria. Ainda há muito teto de vidro para se quebrar.

No Brasil, as mulheres lutam para se manter na indústria, a vontade de ganhar espaço é visível na presença feminina em produções de baixo orçamento. Segundo Debora Ivanov (2021), a presença feminina se sobressai quando os recursos são menores. Entre um longa e um curta, as mulheres estão mais presentes nos curtas. Entre uma ficção e um documentário, as mulheres vão figurar mais nos

documentários, que são as obras de menor custo. “Quando você vai galgando para obras mais caras e de maior visibilidade, os nossos números caem e fica ainda mais discrepante a desigualdade que enfrentamos.” (IVANOV, 2021, p. 50).

Embora as mulheres tenham feito progressos significativos na indústria audiovisual, ainda há um longo caminho a percorrer em direção à igualdade. É imprescindível ter acesso às informações e dados que reflitam a realidade do setor. A recordação histórica, revisão bibliográfica e análise dos dados do mercado de trabalho formal, servirão aqui como arcabouço para que se pensem estratégias e políticas públicas que proporcionem oportunidades iguais e reconhecimento justo pelo trabalho feminino. A indústria cinematográfica deve continuar avançando em direção a uma maior representatividade e diversidade, só então será verdadeiramente dinâmica e inovadora.

Para analisar a questão do gênero no mercado de trabalho audiovisual é preciso um caminho diferente da teoria econômica convencional. A vertente da Economia Feminista apresenta uma ótica mais apropriada, com novos temas e uma metodologia de pesquisa mais abrangente e coerente à realidade, em comparação às teorias econômicas tradicionais. A teoria *mainstream* desconsidera questões importantes para a sociedade, considerando apenas elementos diretamente associados ao que se considera a esfera econômica tradicional. Dessa forma, falha ao tentar encaixar o mundo, suas imperfeições e heterogeneidades em modelos pautados na racionalidade e na produtividade.

Este trabalho de conclusão de curso surgiu da observação da realidade do setor audiovisual brasileiro, e tem como objetivo principal analisar dados do emprego e sua evolução recente, colocando em pauta questões de gênero no mercado de trabalho, no estudo da segregação ocupacional. O recorte temporal adotado foram os anos de 2003 a 2023, de acordo com as possibilidades de cada base de dados analisada. Foram verificados os dados quantitativos de vínculos empregatícios, formais e informais, na busca por um entendimento das segregações ocupacionais de gênero nos diferentes cargos e setores da cadeia produtiva audiovisual brasileira.

Salienta-se que, neste trabalho, deve-se compreender os termos “mulher” ou “feminino” levando em conta a construção histórica e cultural da mulher e não em relação ao sexo biológico. Deve-se considerar o feminino como plural, no sentido de Judith Butler (2014), pois ele não se encerra na norma que está histórica e

culturalmente associada a imagens de fragilidade, delicadeza, maternidade, vaidade e heterossexualidade. As diferentes expressões de feminilidade, as feminilidades, são performances de gênero, *ethos* e *pathos*, que se manifestam nos corpos e gestos, e não estão restritas apenas às mulheres.

A pesquisa é motivada pela carência de pluralidade, em termos de gênero, raça, sexualidade e classe. Pela importância da diversidade e pluralização do setor audiovisual, que beneficia não apenas as mulheres, mas a todas e todos que não fazem parte do grupo dominante.

É crucial levar em conta a simplicidade das análises realizadas neste trabalho, compreendendo que as questões de classe e raça que não podem ser reduzidas ao binarismo masculino *versus* feminino. Assim como o sexo biológico não necessariamente representa a identidade de gênero da pessoa.

Para isso coloca como problema de pesquisa a pergunta: Por que há áreas no cinema e audiovisual com mais homens do que mulheres? De que forma o preconceito de gênero atua na segregação ocupacional por gênero do mercado de trabalho do setor no Brasil?

## 2 METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho se vale de duas estratégias: revisão bibliográfica e análise de dados.

O pioneirismo do tema dentro da vertente escolhida tornou necessário uma pesquisa multidisciplinar, através da busca de material bibliográfico de autoras ligadas ao cinema e audiovisual, que partilhassem de pressupostos políticos de teorias feministas de forma a encontrar uma intersecção com a Economia Feminista, e que dessa forma, serviram para complementar o diálogo com os dados extraídos de diferentes fontes.

Foi realizada uma revisão bibliográfica ampla a respeito do emprego e gênero no audiovisual. Para isso foram selecionados dois livros que serviram de base norteadora para a monografia. O livro “Mulheres Atrás das Câmeras: As Cineastas Brasileiras de 1930 a 2018”, organizado por Luiza Lusvarghi e Camila Vieira da Silva, de 2019; E o livro “Trabalhadoras do Cinema Brasileiro: Mulheres Muito Além da Direção”, de 2001, organizado por Mariana Cavalcanti Tedesco.

Para a análise do mercado de trabalho partiu-se da delimitação do que é “setor audiovisual”, utilizando-se para isso a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Cada atividade possui um código que permite selecionar as atividades ligadas aos diferentes setores econômicos. O CNAE é utilizado para classificar a produção audiovisual de acordo com as regulamentações da Agência Nacional do Cinema (Ancine), que determinam as condições para que os agentes econômicos do audiovisual brasileiro possam se cadastrar na agência de acordo com o tipo de atividade econômica que desempenham.

A CNAE está estruturada em: seção, divisão, grupo, classe e subclasse, que se apresentam em um código formado por uma sequência de sete números que identificam a atividade econômica exercida por um negócio. Uma única empresa pode ter mais de uma CNAE, sendo preciso definir uma atividade principal às quais as atividades secundárias devem estar relacionadas. A CNAE é adotada em todo o país, objetivando classificar empresas públicas e privadas, além de profissionais autônomos e instituições sem fins lucrativos.

As atividades audiovisuais se concentram em dezesseis CNAEs segundo a Ancine, apresentadas na tabela 1:

Tabela 1 – Lista da classificação “CNAE 2.0”, código e título.

<b>Código</b>	<b>Título</b>
47.62-8/00	Comércio Varejista de Discos, CDs, DVDs e Fitas
59.11-1/01	Estúdios Cinematográficos
59.11-1/02	Produção de Filmes para Publicidade
59.11-1/99	Atividades de Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão não Especificadas Anteriormente
59.12-0/01	Serviços de Dublagem
59.12-0/02	Serviços de Mixagem Sonora em Produção Audiovisual
59.12-0/99	Atividades de Pós-Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão não Especificadas Anteriormente
59.13-8/00	Distribuição Cinematográfica, de Vídeo e de Programas de Televisão
59.14-6/00	Atividades de Exibição Cinematográfica
60.21-7/00	Atividades de Televisão Aberta
60.22-5/01	Programadoras
60.22-5/02	Atividades Relacionadas à Televisão por Assinatura, Exceto Programadoras
61.41-8/00	Operadoras de Televisão por Assinatura por Cabo
61.42-6/00	Operadoras de Televisão por Assinatura por Microondas
61.43-4/00	Operadoras de Televisão por Assinatura por Satélite
77.22-5/00	Aluguel de Fitas de Vídeo, DVDs e Similares

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da RAIS (2023).

A partir da classificação setorial, coletaram-se dados das empresas e empregados. A base utilizada para coletar esses dados foi a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), fornecida pelo Ministério do Trabalho e Emprego. A RAIS é um documento de divulgação anual, que tem o propósito de atender às demandas governamentais relacionadas ao controle das estatísticas e às informações sobre o mercado de trabalho formal brasileiro.

Foi consultada a frequência, ou seja, o número de vínculos ativos de trabalhadores formais, separada pelo sexo do trabalhador, para cada ano, do ano corrente a 2002, de acordo com o setor.

Outro dado importante, além do setorial, é o tipo de ocupação desempenhada pelos trabalhadores dentro do setor. Através do acesso online da base da RAIS foi consultado assim não só o vínculo Setorial CNAE 2.0 como também o tipo de ocupação. Para determinar as ocupações relacionadas ao setores da cadeia audiovisual foi utilizada a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO).

Para analisar as diferentes ocupações dos profissionais audiovisuais em diferentes setores da cadeia produtiva, foi utilizada como base a tabela de ocupações ligadas ao setor audiovisual do relatório final do projeto: Mapeamento e Estudo do Setor Audiovisual Catarinense (CATELA, et al, 2021, p. 284). Foram selecionados 24 ocupações, de forma a realizar uma análise mais específica. A tabela 2 apresenta o código de cada CBO e seu título:

Tabela 2 – Lista da classificação “CBO 2002”, código e título.

<b>Código</b>	<b>Título</b>
2611-20	Editor
2615-05	Autor-roteirista
2621-10	Produtor Cinematográfico
2621-35	Tecnólogo em Produção Audiovisual
2622-05	Diretor de Cinema
2623-10	Cenógrafo de Cinema
2623-30	Diretor de Arte
3721-05	Diretor de Fotografia
3721-10	Iluminador (Televisão)
3721-15	Operador de Câmera de Televisão
3731-05	Técnico em Operação de Equipamentos de Produção para Televisão e Produtoras de Vídeo
3741-05	Técnico em Gravação de Áudio
3741-25	Técnico em Sonorização
3741-10	Técnico em Instalação de Equipamentos de Áudio
3742-05	Cenotécnico (Cinema, Vídeo, Televisão, Teatro e Espetáculos)
3742-10	Maquinista de Cinema e Vídeo
3744-05	Editor de TV e Vídeo
3744-15	Finalizador de Vídeo
3744-20	Montador de Filmes
5161-30	Maquiador de Caracterização
261910	Assistente de Direção (TV)
261905	Continuista
3743-05	Operador de Projetor Cinematográfico
3743-10	Operador-mantenedor de Projetor Cinematográfico

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da RAIS (2023).

Esses dados apresentam apenas os vínculos com carteira assinada. Todavia, nos últimos anos aumentou a contratação de pessoas terceirizadas, portanto, para complementar a análise do mercado de trabalho, também foram coletados os dados relativos ao Microempreendedor Individual (MEI) por CNAE do audiovisual. Esses

dados foram retirados da Receita da Fazenda e serão apresentados em tabelas e figuras para melhor visualização e comparação dos resultados encontrados.

### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão apontados conceitos fundamentais relacionados ao gênero na Economia. Será apresentada a vertente da Economia Feminista e suas vantagens em relação à economia tradicional. A seção 3.1 trará um pouco sobre a Economia Criativa, da qual o Cinema e o Audiovisual fazem parte. A seção 3.2, traz conceitos da economia tradicional, as questões de gênero nas Ciências Econômicas e a vertente da Economia Feminista. Em seguida, na seção 3.3, será feito um panorama da mulher no mercado de trabalho e das barreiras e dificuldades enfrentadas por elas.

#### 3.1 A ECONOMIA CRIATIVA E O AUDIOVISUAL

A Economia Criativa é o setor econômico responsável por analisar as dinâmicas de indústrias criativas. Essas indústrias fazem uso da interseção entre as artes, a cultura, os negócios e a tecnologia, denominadas indústrias criativas. Estas, englobam o ciclo de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam o capital intelectual como seu principal insumo, como é o caso do setor audiovisual (MELEIRO, 2012).

Existe uma certa dificuldade em tratar o setor audiovisual como um grupo, uma vez que ele é formado por produtos heterogêneos com características próprias bem marcantes, tendo distintos mercados, tecnologias e sistemas de distribuição (MELEIRO, 2012).

Algumas das indústrias criativas mais populares são a televisão e rádio. Ambas estão em transformação, com mudanças tecnológicas como a migração do sistema analógico para o digital, da difusão terrestre para a transmissão via satélite. Outra grande indústria é a de vídeos, a indústria digital cria, distribui, exhibe, estoca e transporta informação de voz, texto, áudio e vídeo através de vídeos, música, jornalismo, etc. Já o audiovisual, é responsável pela produção de filmes, séries, documentários, publicidades, videoclipes, videogames entre outros produtos.

O desenvolvimento de novas tecnologias e inovações vêm transformando a maneira pela qual os filmes são criados, produzidos e distribuídos. A criação e comercialização de aparelhos cinematográficos mais compactos e financeiramente

acessíveis, possibilita produções a baixo custo e traz novos cineastas ao mercado, facilitando a democratização da produção, já a expansão de plataformas digitais de vídeo *on demand* tornaram possível a distribuição mundial de filmes e séries, levando o produto a um número de consumidores cada vez maior. O desenvolvimento tecnológico também possibilitou uma crescente pluralidade, que permite uma maior discussão, do fazer e consumo desse mercado na sociedade (MELEIRO, 2012).

Entretanto, a música, rádio, televisão e cinema geram uma série de produtos e serviços que não devem ser analisados somente do ponto de vista econômico-comercial, mas também pelo que incorporam de valor cultural-criativo (MELEIRO, 2012).

“Se a cultura pode ser ofertada no mercado, ainda que esta não seja a sua missão essencial, ela é também valorização – no sentido não-econômico – das potencialidades criativas de nações, povos e comunidades” (BARBOSA, 2009, p. 7)

Para a Economia Criativa, a geração de riqueza depende da capacidade do país de produzir conteúdo criativo, transformá-lo em bens ou serviços comercializáveis e encontrar formas de distribuí-los, no mercado local e no exterior, ganhando escala e divulgando seu conhecimento (KUHN, 1993). O destaque para o cinema e audiovisual brasileiro vai além de seu valor econômico, pois traz consigo a valorização da cultura nacional. Segundo Meleiro (2012), há um aspecto econômico na criatividade, evidenciado pelo modo como contribui para o empreendedorismo, fomenta a inovação, aumenta a produtividade e promove o crescimento econômico.

Nesse contexto, a relação entre a criatividade, a cultura, a economia e a tecnologia, manifesta-se na habilidade de transformar ideias em produtos ou serviços criativos dotados de valor cultural e econômico, e, assim, criar e distribuir capital intelectual. Isso é o que a chamada economia criativa já começou a fazer como um componente essencial do crescimento econômico, do emprego, do comércio, da inovação e da coesão social nas economias mais avançadas. Portanto, a economia criativa também pode ser uma opção viável para acelerar crescimento socioeconômico nos países emergentes. Segundo a definição da Unctad, a economia criativa tem o potencial de gerar renda, empregos e receitas de exportação ao mesmo tempo em que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano. (MELEIRO, 2012, p. 41)

Visto a grande importância dessas indústrias criativas, é imprescindível a criação e manutenção de políticas públicas de incentivo à cultura e ao audiovisual, desde sua produção, memória, difusão, formação de plateia, formação e educação, pesquisa, financiamento, fomento, etc.

### 3.2 A MULHER ECONÔMICA

Para melhor analisar a intersecção gênero-economia, é essencial conceituar o feminismo. O feminismo é a ideia de igualdade entre homens e mulheres, o movimento defende a igualdade econômica, política e social de gênero e tem como finalidade estudar e remediar as desvantagens, desigualdades, opressões, injustiças e preconceitos sistemáticos associados ao fato de ser mulher. A compreensão do conceito de “gênero” deve ser percebida para além das diferenças biológicas entre homens e mulheres. A noção de gênero entende que há uma “papel social”, ou seja, a construção de um ideal feminino, desenvolvido a partir do sexo biológico, fabricado a partir de uma perspectiva masculina historicamente dominante, e imposto socialmente sobre as mulheres. Esse entendimento está sintetizado na famosa frase de Simone de Beauvoir: “não se nasce mulher torna-se mulher” (BEAUVOIR, 1967, p. 9)

Essa “mulher”, aqui descrita, se refere à mulher-sujeito universal, que deve realizar seu sentido e sua história, sem deixar de levar em conta a infinita riqueza de constituições singulares. Não há *uma* visão feminina, um pensamento homogêneo, mas sim um inconsciente similar, de uma continuação econômica, histórica e cultural de invisibilidade da mulher.

Através dos estudos feministas é possível compreender as possíveis origens da inferiorização do feminino. Passa-se a compreender que, no patriarcado a mulher é vista como o outro, o diferente, ou seja, ela não está inserida no “sujeito”. Seguindo o conceito de Beauvoir (2016), o indivíduo do sexo feminino é o “segundo sexo”, o outro, o que se opõe e que se constitui sempre em relação ao primeiro. Já o sujeito, se constitui fundamentalmente na relação de alteridade: “o sujeito só se põe em se opondo; ele pretende afirmar-se como essencial e fazer do outro o inessencial, o objeto” (BEAUVOIR, 2016, p. 14). Porém o oposto não é verdadeiro, a mulher permanece o outro para o um, submetida a um ponto de vista estrangeiro

sobre si mesma. Da mesma forma, teorias econômicas pautadas no sujeito econômico são excludentes do feminino em suas concepções mais fundamentais.

A Economia como ciência é constituída socialmente e marcada por padrões definidos pela comunidade científica. Todavia, os padrões não são estáticos, as teorias acabam sendo preenchidas por pressupostos da classe dominante. Existe uma tendência masculina nas ciências que analisa a sociedade sob uma ótica própria estabelecendo suas ideias como verdades. O desenvolvimento da teoria *mainstream*, dentro de uma sociedade patriarcal, desconsidera questões importantes para a sociedade, como as questões de gênero, indispensáveis para se pensar a economia de forma coerente e democrática.

A econômica ortodoxa possui um arquétipo, denominado “*homo economicus*”, que representa o indivíduo, ou agente econômico, ideal e central nas teorias ortodoxas.

“No centro do modelo econômico *mainstream* dominante está um personagem racional, autônomo que segue suas ações pautadas no interesse próprio, fazendo de forma bem sucedida escolhas de otimização sujeitas a restrições impostas exogenamente. Ao adotar essa concepção da natureza humana, os economistas seguiram a sugestão de Thomas Hobbes (citado em Benhabib, 1987), que escreveu: “Consideremos os homens... e de repente, como cogumelos, chegam à plena maturidade, sem nenhum tipo de compromisso um com o outro.” O homem econômico surge totalmente formado, com preferências totalmente desenvolvidas, e é totalmente ativo e autocontido. Assim como nas histórias de Robinson Crusoe, ele não teve infância nem velhice, não depende de ninguém e não tem responsabilidade por ninguém além de si mesmo. O ambiente não tem efeito sobre ele, mas é apenas o material passivo sobre o qual sua racionalidade atua. O homem econômico interage na sociedade sem ser influenciado pela sociedade: seu modo de interação é através de um mercado ideal no qual os preços constituem a única e necessária forma de comunicação.” (NELSON, 1995, p. 135, tradução da autora)

O “homem econômico” é um agente racional, que tem suas ações pautadas no interesse próprio, é independente e não tem suas escolhas afetadas por emoções. Esse pressuposto, é fundamental para a ideia defendida pelos economistas ortodoxos de um mercado racional que se autorregula. Antes mesmo da concepção do *homo economicus*, o filósofo Adam Smith já havia proclamado:

“Não é da benevolência do açougueiro, do cervejeiro e do padeiro que esperamos o nosso jantar, mas de sua preocupação por seu próprio interesse. Dirigimo-nos não à sua humanidade, mas ao seu amor próprio, e nunca lhes falamos de nossas necessidades, mas das vantagens deles” (SMITH, 2008, p. 25).

A economista Katrine Marçal (2017) satiriza Adam Smith quando diz que esse desconsiderou sua mãe, com quem viveu durante toda a sua vida, e quem provavelmente fazia seu jantar. A história pessoal de Adam Smith serve para exemplificar o trabalho doméstico realizado pelas mulheres no âmbito privado e desconsiderado pela Economia. Marçal questiona o modelo predominante de pensamento econômico, tido como masculino e explica como as bases teóricas da economia ignoram a mulher, relegando-a ao papel de cuidadora do lar. As mulheres ao longo da história foram encorajadas ao papel de cuidadoras: cuidadoras do lar, dos filhos, dos idosos. Porém, esse papel nem sempre foi por interesse próprio, como afirma a teoria de Smith, mas sim um trabalho doméstico não remunerado e invisibilizado pela Economia. Mesmo após séculos, essa mesma lógica continua a excluir as mulheres, que realizam uma dupla jornada de trabalho, conciliando carreira e família.

As mulheres foram apagadas dos textos socioeconômicos, muitos economistas ainda estudam as relações de trabalho na sociedade sem levar em consideração as questões de sexo e gênero, ao tratarem uniformemente como “agentes econômicos” os homens e mulheres no processo de trabalho e na teoria econômica em geral.

“A literatura econômica, na maior parte do tempo, limita-se a analisar a participação das mulheres no trabalho fora de casa e ignora o trabalho realizado para a reprodução da vida no âmbito da família. Conscientemente ou não, as mulheres foram apagadas dos textos socioeconômicos e muitos economistas ainda teimam em estudar as relações de trabalho na sociedade sem definir as questões de sexo e gênero, ao tratarem uniformemente como “pessoas” os homens e mulheres no processo de trabalho. Decididamente, estes não são considerados “iguais” pelo mercado. Para citar apenas um aspecto, o diferencial de rendimentos entre os dois sexos acompanha a história do mundo do trabalho há 200 anos. E em todo o planeta.” (MELO; THOMÉ, 2018, p. 107)

Evidencia-se, assim, uma certa incapacidade das teorias econômicas e sociais de captar a diversidade e a complexidade das experiências do trabalho feminino e a trajetória histórica desse processo:

“Desta forma, o itinerário dos estudos feitos sobre o trabalho das mulheres a partir dos anos 1960, na sua grande maioria, se restringia e se limitava àquele realizado no âmbito da produção assalariada (mercantil). No entanto, com a chegada das mulheres feministas no sistema universitário nas décadas de 1960 e nas seguintes, evidenciou-se a incapacidade das teorias econômicas e sociais de captar a diversidade e a complexidade das

experiências do trabalho feminino. Isso tanto no trabalho doméstico ou familiar, quanto também no que concerne à articulação entre este e o trabalho realizado para o mercado.” (MELO; THOMÉ, 2018, p. 107).

Dessa forma a vertente da Economia Feminista vem para suprir as defasagens relacionadas ao gênero das teorias ortodoxas. Ela não é uma economia feminina, para ser praticada apenas por mulheres, muito menos uma economia que se limita a técnicas *soft* e modelos cooperativos. A vertente surgiu da crença que estudiosas feministas de que a economia se tornou menos útil por refletir implicitamente um ideal distorcido de masculinidade em seus modelos, métodos, tópicos e pedagogia. Elas também argumentam que o uso de uma gama mais ampla de ferramentas, para estudar e ensinar sobre um território mais amplo de atividades econômicas, tornaria a economia uma disciplina mais produtiva para praticantes masculinos e femininos. (NELSON, 1995).

Um marco na criação do paradigma é o livro "*Beyond Economic Man: Feminist Theory and Economics*" (1993), organizado pela professora Julie A. Nelson, também fundadora do *International Association for Feminist Economics* (IAFFE). De acordo com Nelson, na prática Econômica, deve-se desconectar os juízos de valores sobre percepções de gênero. Um dos diálogos do livro a ideia de romper com uma economia masculina “boa” e uma feminina “ruim”, revelando que também há desvantagens na *Hard Economics* e vantagens na *Soft*. Ou seja, que muitas vezes, teorias que supervalorizam o ferramental matemático em detrimento do referencial político-social, acabam por falhar.

Kristalina Georgieva (2021) afirma que é na economia feminista que são levados em conta o trabalho informal, o trabalho doméstico não remunerado e a divisão sexual do trabalho na família. A diretora do Fundo Monetário Internacional (FMI) também ressalta a amplitude e variedade das contribuições femininas na história do pensamento econômico.

“A economia feminista pode, então, ser entendida como uma cidadela intelectual em que mulheres economistas vivem a condição, muito particular, de pensarem e agirem, ao mesmo tempo, como sujeito e objeto - o que não ocorre com homens de modo tão incisivo. Mas também é, pelos assuntos de que se ocupa, uma fronteira de pensamento com viés heterodoxo, que confronta o saber dominante, ortodoxo por definição e conservador nas políticas que inspira - ao gosto de muitos economistas, independentemente de gênero.” (GEORGIEVA, 2021, p. 4)

Utilizando da Economia Feminista, esse trabalho, direciona o olhar para a questão de gênero no mercado de trabalho audiovisual brasileiro, com a intenção de, não somente estudar o tema da mulher em dada realidade de mercado, como também vê-lo a partir de uma vertente econômica não tradicional, que possui uma metodologia que se vale da incorporação de experiências pré adquiridas e do pensamento crítico, analítico e criativo das temáticas econômicas.

### 3.3 A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

Primeiramente, necessita-se realizar um olhar histórico para a entrada da mulher no mercado de trabalho. No livro “O Mito da Beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres”, Naomi Wolf construe uma análise feminista da história, revisitando a relação entre gênero e trabalho e colocando em pauta a relação restritamente interligada entre o patriarcado e o capitalismo. Segundo a autora, até 1850 ocorre um incentivo ao emprego das mulheres, consideradas uma mão de obra barata por serem vistas como “dóceis e com maior destreza” (WOLF, 2020, p. 47). A partir de 1850 até 1900 há um movimento estrutural de levar a mulher de volta ao ambiente doméstico com o objetivo de cuidar das crianças. Essa resistência ao trabalho feminino ocorre concomitante ao desenvolvimento de uma nova classe social, a burguesia, formada por homens provedores para uma esposa dona de casa. Na Revolução Industrial as mulheres saem do âmbito doméstico e passam a trabalhar em fábricas, sob situações precárias, por vezes piores, que os homens.

Wolf (2020) também estabelece uma relação entre a entrada no mercado de trabalho e o casamento: “Quando as mulheres abriram brechas na estrutura do poder na década de 1980, os dois aspectos afinal se fundiram. (...) O sistema monetário informal do mercado matrimonial, formalizado no local de trabalho, foi sacramentado pela lei.” (WOLF, 2020, p. 40). Dessa forma, há um sistema de permuta que perpetua uma dependência econômica da mulher, primeiramente gerada pelo matrimônio, no qual há a venda da sexualidade no mercado matrimonial, para uma dependência econômica quase idêntica no mercado de trabalho.

Ocorre o movimento de saída da mulher do âmbito privado (casa) para o público (mercado de trabalho), assim como a entrada tardia nas instituições de ensino. Mesmo “permitidas” de sair do âmbito familiar, o papel feminino ainda exigia que as mulheres realizassem os afazeres domésticos. Dessa forma, ocorre uma dupla jornada de trabalho, é reafirmada pelo papel social imposto sobre a mulher, de um dever de mãe, de cuidadora, dona do lar. De forma a realizar um trabalho doméstico não remunerado. A dupla jornada de trabalho cria barreiras para a entrada e permanência da mulher no mercado de trabalho.

De acordo com o Instituto Humphrey de Questões Públicas, "embora as mulheres representem 50% da população mundial, elas cumprem quase dois terços do total das horas de trabalho, recebem apenas um décimo da renda mundial e possuem menos de 1% das propriedades". O "Relatório da Conferência Internacional das Nações Unidas para a Década das Mulheres" corrobora o fato. Quando são levadas em conta as tarefas domésticas, "as mulheres do mundo inteiro acabam trabalhando o dobro de horas dos homens." (WOLF, 2020, p. 43)

As mulheres encontram barreiras para a entrada e permanência no mercado de trabalho, enfrentam *Gap* salarial, segregação ocupacional e dupla jornada de trabalho. Pois, embora uma mulher tenha um emprego remunerado em horário integral, ela ainda faz todo ou quase todo o trabalho não remunerado no âmbito doméstico, uma vez que, o *status* moderno das tarefas domésticas é o de não trabalho. (WOLF, 2020, p. 43).

A partir do que foi discutido, este trabalho de conclusão de curso busca identificar as desigualdades de gênero no mercado de trabalho, através da ênfase à segregação ocupacional, essa, intrinsecamente ligada às demais questões aqui citadas.

A segregação ocupacional é geralmente conceitualizada em duas dimensões: vertical e horizontal. Há mulheres em todas as esferas econômicas, realizando diferentes funções e trabalhos, entretanto, há áreas em que há uma maior concentração de mulheres, geralmente essas ocupações reproduzem características ditas como femininas, como atividades domésticas e papéis de cuidado, levando a uma maior concentração em ocupações de baixo *status* e baixa remuneração, assim como a uma maior disparidade de renda e vulnerabilidade econômica, para isso dá-se o nome de segregação horizontal.

É indispensável salientar que a segregação ocupacional não afeta somente as mulheres, mas todos os indivíduos que pertencem a diferentes categorias sociais marginalizadas. A divisão desigual dos trabalhadores reforça estereótipos de gênero e raça e perpetua normas sociais que limitam a mobilidade e as oportunidades para os grupos afetados, com consequências importantes não apenas para os indivíduos como também para o funcionamento geral do mercado de trabalho e para a sociedade como um todo.

A segregação vertical, por sua vez, ocorre quando mulheres e homens estão presentes em uma mesma ocupação, mas em diferentes níveis hierárquicos ou em funções distintas. Essa segregação é resultado de barreiras estruturais e culturais que limitam as oportunidades de progressão na carreira para as mulheres, além de preconceitos e estereótipos de gênero que impedem a valorização e reconhecimento de suas habilidades e competências.

A segregação ocupacional compromete a igualdade de oportunidades no mercado de trabalho e, conseqüentemente, a realização da justiça social. A promoção da igualdade de gênero requer políticas públicas e empresariais que visem a eliminação das barreiras à igualdade de oportunidades e ao acesso igualitário de mulheres e homens a todas as ocupações e funções, bem como a valorização do trabalho feminino a fim de reduzir as desvantagens salariais.

“as profissionais de grande sucesso têm o tempo, a energia e a concentração suficientes apenas para realizar seu trabalho muito bem, sem sobrar nada para o tipo de ativismo social ou raciocínio espontâneo que lhes permitiria questionar e tentar mudar a própria estrutura do sistema. Se as exigências se intensificarem de forma a levar as mulheres a um colapso físico, elas podem começar a só ter vontade de voltar para casa. Nos Estados Unidos, já há rumores entre executivas exaustas sobre uma saudade da vida anterior a essas escadas rolantes que não levam a lugar nenhum.” (WOLF, 2020, p. 86)

A citação de Wolf traz um retrato das dificuldades enfrentadas pelas mulheres que buscavam ascender em suas carreiras, essa situação é representada pela segregação vertical, que designa as barreiras sistêmicas de entrada e permanência que as mulheres enfrentam para ocupar cargos de liderança ou de maior posição hierárquica. Barreiras como: cobrança excessiva (que não ocorre com trabalhadores do sexo masculino que ocupam o mesmo cargo), desigualdade salarial, etc. A necessidade de trabalhar mais do que seus pares masculinos para "nivelar o jogo",

gera cansaço físico e mental, principalmente quando nunca é alcançada a igualdade desejada.

## 4 ANÁLISE DESAGREGADA DE DADOS DO MERCADO DE TRABALHO AUDIOVISUAL BRASILEIRO

Neste capítulo será realizada a análise de dados do mercado de trabalho do audiovisual brasileiro entre 2003 e 2023, conforme as possibilidades de cada banco de dados. Na seção 4.1 será feita uma visita histórica das mulheres no cinema e audiovisual e uma revisão da bibliografia encontrada sobre o tema. Nas seguintes seções serão analisados os dados levantados quanto aos vínculos formais e informais do setor audiovisual, avaliando a presença de mulheres. Em primeiro lugar, na seção 4.2, serão apresentados os vínculos nas atividades econômicas audiovisuais por CNAE. Na seção 4.3, serão vistos os dados relativos aos vínculos de ocupações (CBOs). Já na seção 4.3, será feito um comparativo com o vínculo MEI.

### 4.1 O SETOR AUDIOVISUAL E AS MULHERES NO BRASIL

No Brasil as mulheres sempre estiveram presentes na história do audiovisual, todavia sendo invisibilizadas por diversas razões sociais e culturais. Segundo a pesquisadora e crítica de cinema Luiza Lusvarghi (2019), nos primórdios do cinema, a porta de entrada das mulheres para o mercado se dava pela atuação. A exemplo da então atriz Cleo de Verberena que foi a primeira mulher a dirigir um filme no Brasil, com “O Segredo do Dominó” (1931). Já Carmen Santos, vem da área de produção, e se torna uma das primeiras mulheres a produzir e dirigir filmes no Brasil ao realizar “Inconfidência Mineira” (1948) com seu marido. Já “O Ébrio” (1946), dirigido por Gilda de Abreu, é um dos maiores sucessos de bilheteria do cinema brasileiro, com uma estimativa de 12 milhões de espectadores desde seu lançamento.

Essas mulheres foram as primeiras a assinarem direção de um filme, sendo a direção um dos principais cargos no cinema. A valorização do cinema autoral teve início na França, na década de 50 e 60, com o *Cahiers du Cinéma*, revista de cinema que popularizou o cinema francês em oposição ao cinema hollywoodiano norte estadunidense, que tinha como principal figura o produtor, e o diretor apenas

um funcionário. Nesse contexto, embora muitas mulheres tenham trabalhado no cinema brasileiro, é com o surgimento do movimento da *Nouvelle Vague* e do Cinema Novo, que se consolida a marca da mulher na produção cinematográfica, como diretora, passando a ter o controle da obra e autoria da produção cinematográfica. Alguns nomes deste período são: Ana Maria Magalhães, Teresa Trautman, Helena Solberg e Ana Carolina Teixeira Soares. As cineastas dos anos 50 foram em contramão aos temas mais comuns do período, uma vez que o cinema da década ficou conhecido como Cinema Novo, movimento que trazia filmes com temáticas políticas relacionadas ao Sertão e a causa camponesa. Já essas cineastas falaram sobre a mulher, seu universo, da família e do seu papel na sociedade. Nomeá-las aqui torna-se essencial para a criação de um panorama de quem foram e de seus locais de fala.

Um marco para a indústria audiovisual no Brasil foi a criação da Embrafilme. Em 1969, empresa estatal de economia mista, tinha a função de fomentar a produção e distribuição de filmes cinematográficos nacionais. A empresa lançava uma média de 25 filmes anualmente, trazendo ao cinema brasileiro um período de grande expansão e consolidação. Também era responsável por representar uma imagem do país no exterior, investindo 70% do seu orçamento médio anual na produção de filmes. No seu auge, em 1975, o Brasil chegou a ter 3.276 salas de cinema e um total de 275 milhões de ingressos vendidos. Durante sua existência, entre 1969 e 1990, a Embrafilme colocou mais de 200 filmes brasileiros no mercado.

Foi com a criação da Embrafilme que se começou a pensar em políticas públicas de fomento ao audiovisual. Apesar do forte retorno que o fomento estatal trazia à cultura nacional, ainda não existia linearidade entre democracia, crescimento econômico, projeto sistêmico de cultura e desenho institucional, muito menos políticas específicas, como a pauta feminina no setor.

No final dos anos 80, após a Era Collor e o fim da Embrafilme, ocorre a retomada da produção e normaliza-se a presença contínua de mulheres no cinema, através da ocupação de diferentes cargos, desde roteiristas, produtoras, diretoras, etc. A retomada ou cinema de retomada é como designamos o cinema brasileiro feito entre 1995 e 2002, nesse momento, após um período de quase estagnação, ocorre novos incentivos fiscais, de forma estrutural e sistemática, favorecendo uma nova fase de fomento à produção cinematográfica. Assim, a chamada Retomada é

marcada pela criação de leis de incentivo como a Lei Rouanet, Lei Nº 8.313 de 1991 e a Lei do Audiovisual, Lei Nº 8.685, de 1993.

De acordo com Lusvarghi (2019), a retomada traz grandes sucessos de bilheteria, como o filme “Carlota Joaquina” (1995), da atriz e diretora Carla Camurati, com 1 milhão e meio de espectadores e “Um Céu de Estrelas” (1996), de Tata Amaral. Filmes importantes para a política, sublinhados por um cinema de gênero (cinematográfico) do drama urbano, capaz de realizar um panorama social da época.

O exercício da recuperação da memória através da história não contada, da presença feminina no contexto do cinema e audiovisual é uma tarefa importante. É fundamental para o cinema e para o setor audiovisual como um todo, o resgate e valorização das pioneiras da área. Representatividade para aquelas que estiveram, que estão e que virão.

#### 4.2 DADOS DE EMPREGO POR SETORES CNAE DO AUDIOVISUAL

Por que há áreas com maior predominância feminina e outras com pouquíssimas mulheres? As produções audiovisuais, não são apenas produtos de uma cultura, que reproduz valores e estereótipos, mas são elas mesmas poderosas ferramentas que recriam e reforçam esses mesmos valores. Dessa forma, os estereótipos utilizados nas representações de gênero dos produtos cinematográficos, como séries e filmes, são também os que perpetuam os preconceitos de gênero na sociedade e no mercado de trabalho. Os estereótipos são problemáticos pois podem ser usados para justificar a posição de poder de alguns e perpetuar os preconceitos e as desigualdades sociais (MACHADO, 2019).

A invisibilização da mulher é observada na frente e atrás das telas, na sua sub-representação, na sua ausência em papéis fortes e afirmativos, como também no apagamento de suas histórias em filmes não realizados, ou em filmes produzidos, mas marginalmente comercializados, ou seja, que não chegaram ao grande público (MACHADO, 2019).

“Mas frequentemente do que se possa imaginar, os grupos sociais que estão sendo estereotipados têm pouco a dizer sobre o modo como são representados. É difícil definir a linha que separa, após mais de 120 anos desde a criação do cinema, e outros 80 anos de televisão, quem imita quem, a realidade ou ficção.” (MACHADO, 2019, p. 107)

Como visto na tabela 1, do capítulo Metodologia, foram coletados os dados de 16 CNAEs relativos ao setor audiovisual, verificando a quantidades de vínculos empregatícios, de homens e mulheres, nos anos de 2006 a 2020. Os CNAEs com dados mais significativos serão apresentados a seguir. Também serão apresentados dados retirados de um estudo da Ancine, que servirão para complementar a análise realizada.

Na tabela 3, tem-se a evolução numérica e percentual dos trabalhadores e trabalhadoras do setor. É possível observar uma proporção constante, entre homens e mulheres, de 60% e 40% respectivamente. Eles prevalecem, ocupando a maior fatia do mercado de trabalho ao longo dos quinze anos analisados, apenas nos anos de 2007, 2012, 2017 e 2020, as mulheres chegaram ao pico de representatividade, com 41%.

Tabela 3 – Distribuição do emprego no Setor Audiovisual, por gênero.

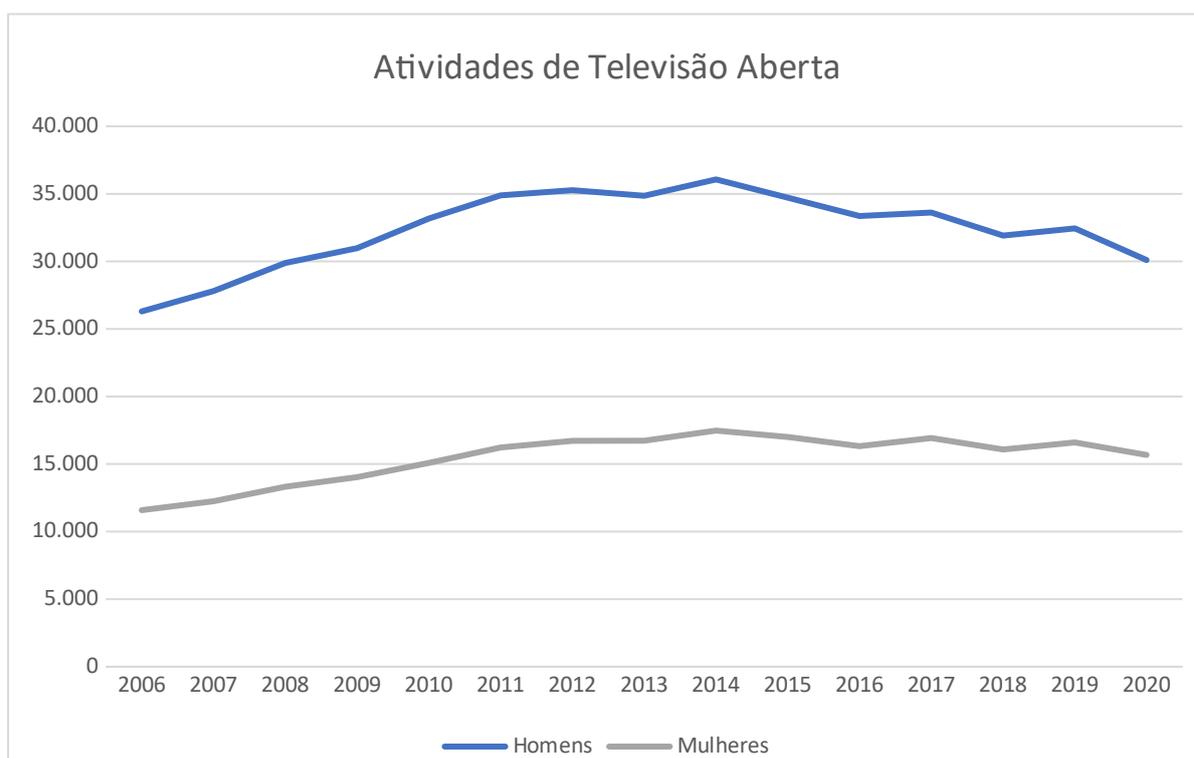
Ano	Audiovisual			
	Homens		Mulheres	
2006	51.022	60%	35.594	40%
2007	52.897	59%	35.779	41%
2008	54.755	60%	36.836	40%
2009	59.487	60%	40.509	40%
2010	63.378	60%	42.644	40%
2011	67.456	60%	44.835	40%
2012	67.266	59%	45.133	41%
2013	66.840	60%	44.221	40%
2014	58.738	60%	40.018	40%
2015	56.590	60%	38.382	40%
2016	54.759	60%	37.075	40%
<b>2017</b>	54.242	59%	36.890	41%
<b>2018</b>	50.521	60%	34.088	40%

<b>2019</b>	51.200	60%	35.030	40%
<b>2020</b>	47.467	59%	31.555	41%

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da RAIS (2023).

O CNAE Atividades de Televisão Aberta (60.21-7/00), possui o maior número total de vínculos em 2020, com 45.782 profissionais, 30.104 homens e 15.678 mulheres. Já em 2003, primeiro ano analisado, a quantidade de profissionais era de 37.885, 26.297 homens e 11.588 mulheres. Desse modo, comparando os anos de 2003 a 2020, a proporção de mulheres no setor passou de 31% para 50%. Na figura 1, tem-se a número total de vínculos, por gênero, ao longo dos anos analisados.

Figura 1 – CNAE: Atividades de Televisão Aberta, por gênero, entre 2006 e 2020.

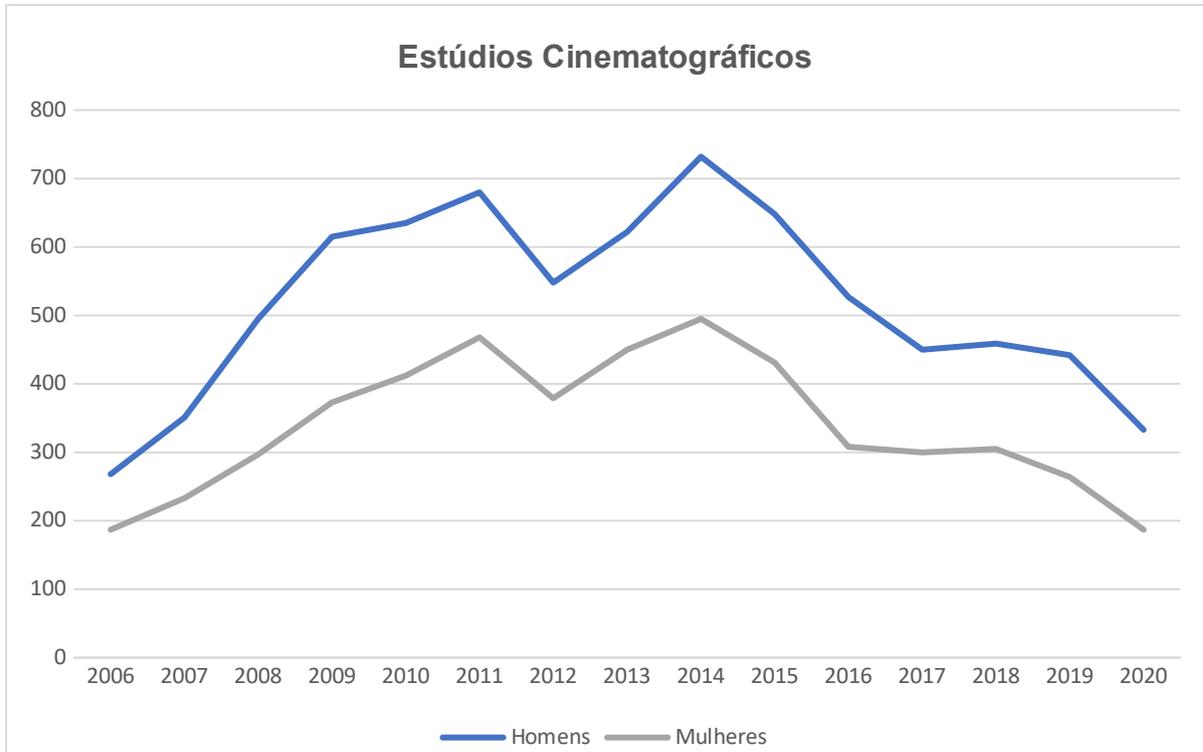


Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da RAIS (2023).

As figuras 2 e 3, têm-se a evolução temporal comparativa do número de vínculos de homens e mulheres das atividades: Estúdios Cinematográficos e Produção de Filmes para Publicidade, respectivamente. É possível perceber um comportamento semelhante entre ambos, há uma oscilação na quantidade de vínculos ao longo dos anos, com um hiato entre a presença masculina e feminina,

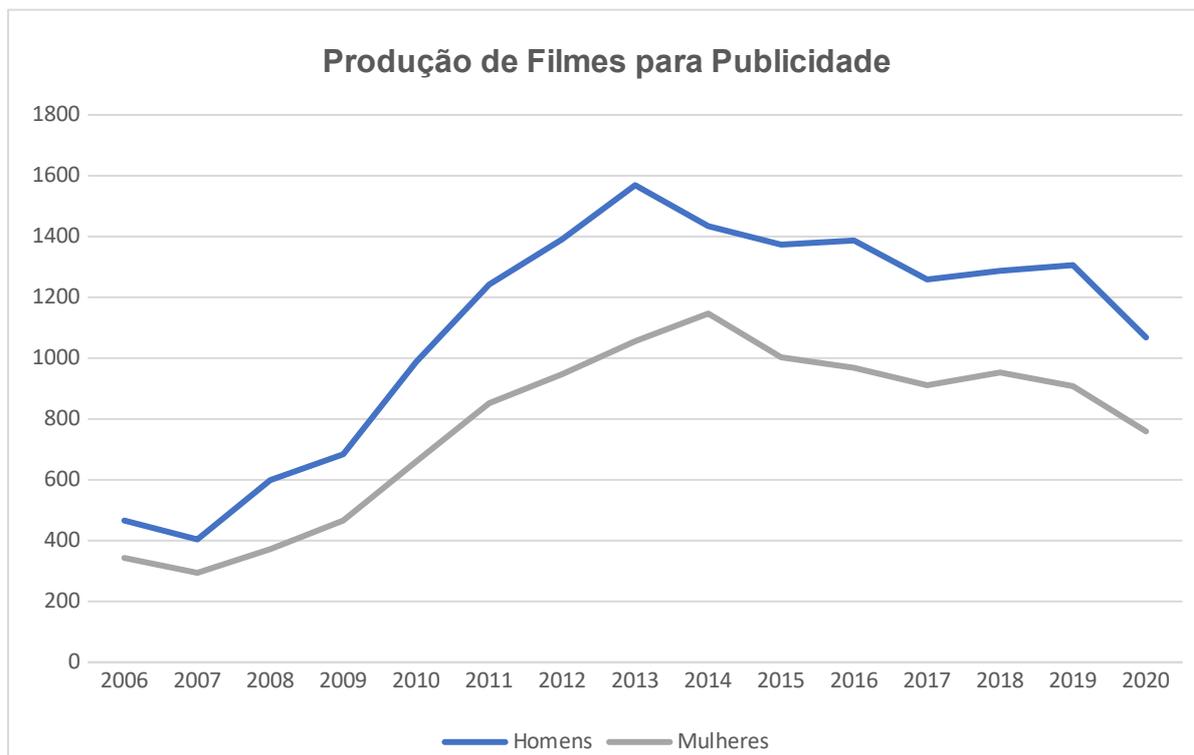
essa, proporcional e inferior. Em ambas as figuras há um aumento no número de pessoas contratadas em 2013 e uma posterior queda até 2020.

Figura 2 – CNAE: Estúdios Cinematográficos, por gênero, entre 2006 e 2020.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da RAIS (2023).

Figura 3 – CNAE: Produção de Filmes para Publicidade, por gênero, entre 2006 e 2020.



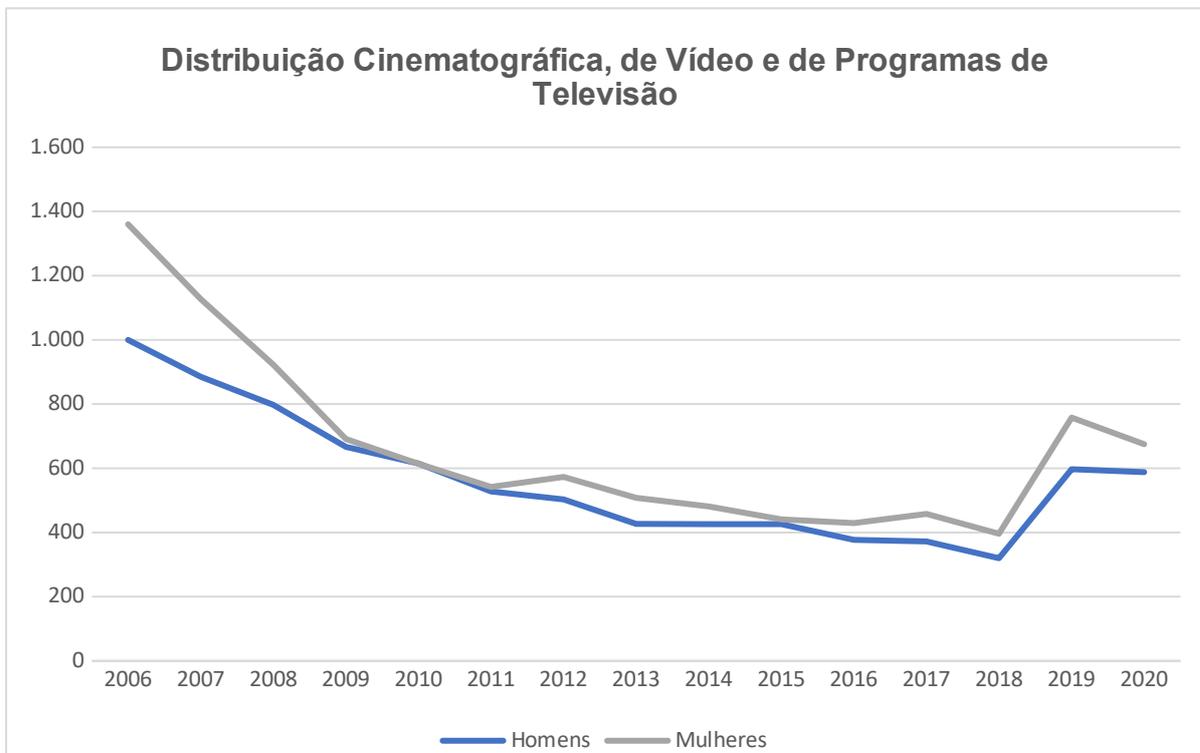
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da RAIS (2023).

Em duas outras atividades CNAE, relativas às etapas finais da produção, a Distribuição Cinematográfica, de Vídeo e de Programas de Televisão e a Exibição Cinematográfica, a presença feminina foi superior que a masculina ao longo de todos os anos analisados, como será visto nos gráficos a seguir. Mesmo com uma maioria feminina nessa pequena amostra pesquisada, a realidade parece ser mais complexa. A difícil tarefa de analisar e embasar os dados relativos à presença feminina nessas etapas da cadeia produtiva foi descrita por Cíntia Langie e Lívia Cabrera, autoras do capítulo: “A exibição cinematográfica: procurando rastros de mulheres na etapa final da cadeia do cinema”, do livro “Trabalhadoras do Cinema Brasileiro”, sobre isso comentam:

“Quando recebemos o convite para escrever a respeito da participação de mulheres na etapa da exibição, a tarefa pareceu interessante e até mesmo inspiradora. Porém, quando colocamos a “mão na massa”, nos bateu certa sensação de que poderia ser uma missão quase impossível pela falta de material de pesquisa, pela pandemia impedindo o acesso dos arquivos, pelo ineditismo do foco deste estudo, pela vontade de querer fazer um panorama completo do tema... O primeiro dado é que uma investigação aprofundada sobre a atuação de mulheres na exibição audiovisual parece nunca ter sido feita antes: não encontramos nada escrito ou sequer pesquisado.” (CABRERA et al, 2021, p. 201)

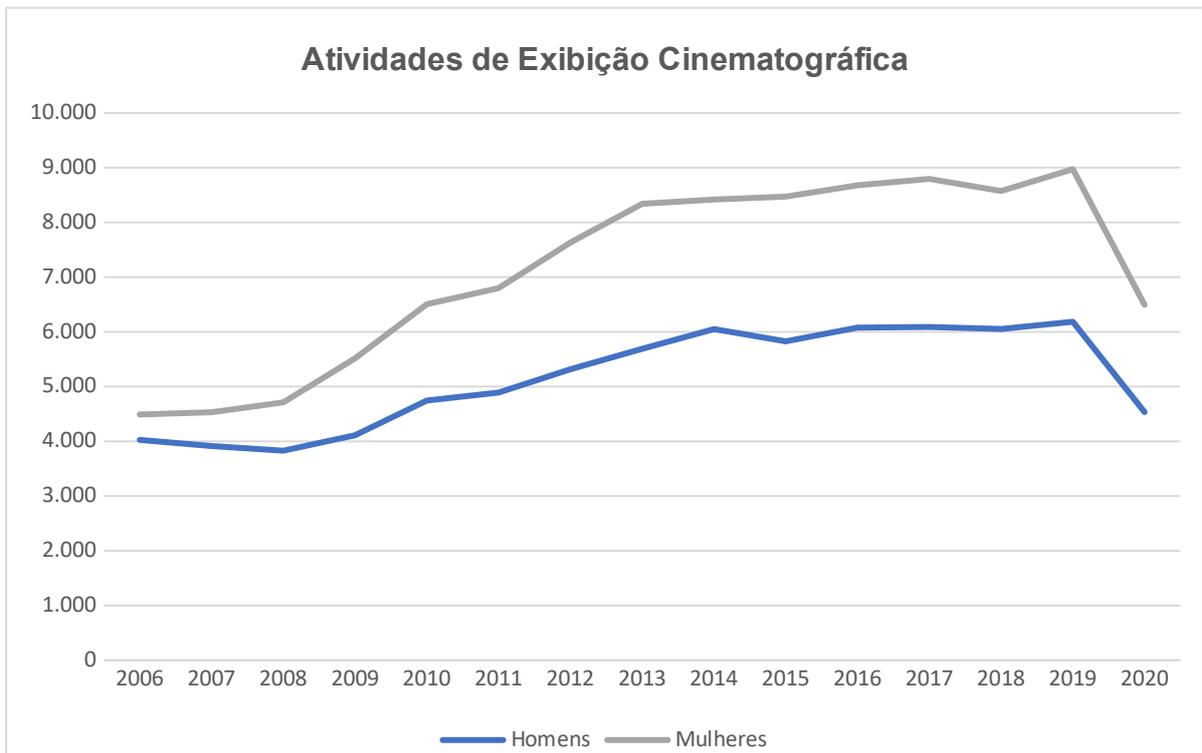
Segundo as autoras, as informações levantadas ilustram a amplitude da atuação de mulheres no ramo da exibição, todavia, em pesquisas realizadas em entidades de classe, foi possível verificar que o número de mulheres na presidência ou direção geral das empresas é ainda muito pequeno. “Na lista da Associação Brasileira de Empresas Exibidoras Cinematográficas Operadoras de Multiplex (Abraplex) não há nenhuma mulher na composição da entidade, que reúne os maiores multiplex nacionais.” (CABRERA et al, 2021, p. 211). As autoras também colocam que o trabalho das mulheres na indústria audiovisual, foi e ainda é silenciado e minimizado, mas os vestígios da atividade feminina nas diversas funções da cadeia, encontram-se nos detalhes, nas notas de rodapé, nos meandros da história de homens consagrados, nos vestígios dos arquivos históricos e na forma de esposas e filhas que teriam realizado trabalhos notáveis e sem, muitas vezes, ter levado crédito por eles.

Figura 4 – CNAE: Distribuição Cinematográfica, de Vídeo e de Programas de Televisão, por gênero, entre 2006 e 2020.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da RAIS (2023).

Figura 5 – CNAE: Atividades de Exibição Cinematográfica, por gênero, entre 2006 e 2020.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da RAIS (2023).

Muitas vezes ocorre uma supervalorização da etapa de produção em detrimento às demais etapas da cadeia audiovisual. A exemplo disso, o enaltecimento da figura do diretor:

“ciente do vício metodológico que é a excessiva valorização que a função da direção recebe no nosso meio, noção tributária, em parte, da grande influência que exerceu entre nós a *política dos autores*, método crítico que, ao explicar o filme pelo estilo do diretor, criava mestres infalíveis, comparáveis a deuses. Não à toa, praticamente não há diretoras nesse panteão.” (HOLANDA, 2021, p. 7)

Karla Holanda (2021) explica, que o enaltecimento de alguns, ou de determinados gêneros e cargos exercidos dentro do cinema, significa, muitas vezes, colocar outros em posição subalterna: “enquanto a direção costuma ser destacada, pouco se sabe sobre as demais funções, ainda menos quando são mulheres a desempenhar essas atividades” (p. 7). Sem o apropriado destaque, o exercício das demais esferas da cadeia produtiva do cinema e audiovisual acaba sendo invisibilizado, tanto no estudo, no mercado, quanto também na articulação de políticas públicas.

Para além do circuito comercial, parte da exibição se dá em festivais de cinema. Há festivais voltados à projeção de filmes feitos por mulheres. Esses espaços proporcionam a visibilidade das realizadoras, assim como do questionamento das representações femininas na tela, muitas vezes estereotipadas nas narrativas audiovisuais tradicionais.

“Mas por que precisamos de festivais de cinema de mulheres? Em primeiro lugar, observamos nesses eventos uma natureza política caracterizada por um desejo de mudança social pautado na luta contra a desigualdade social marcada por uma sociedade machista e patriarcal, onde a participação das mulheres é minoritária ou invisibilizada.” (MATOS, 2021, p. 183)

Deve-se procurar formas de trazer o olhar à participação das mulheres no audiovisual. Através dos festivais, é possível criar um local de encontro e trocas, além de possibilitarem a criação de redes, de reflexão e de apoio para as profissionais (MATOS, 2021). Os festivais também são espaços potentes de legitimação cultural, além de constituírem um ambiente de sociabilidade para a população, estabelecendo trocas simbólicas.

A proliferação que os festivais de cinema nas últimas décadas se deu pela repercussão que esses eventos tiveram no imaginário da sociedade. Parte dos desafios encontrados são as condições economicamente desfavoráveis nas quais esses festivais são realizados, quando comparados com grandes eventos. Segundo a autora, ocorreram mais de trinta festivais de cinema de mulheres no Brasil nas últimas duas décadas. Assim os festivais brasileiros de cinema de mulheres são categóricos na importante contraposição às narrativas hegemônicas, às invisibilidades e apagamentos.

Para complementar a análise, é crucial verificar a remuneração salarial média dos setores audiovisuais, por gênero. Para isso, serão utilizados dados retirados da publicação da Ancine: “Emprego no Setor Audiovisual: estudo anual” (2018), relativo ao ano de 2016.

Em 2016, os homens receberam, em média, R\$ 4.556, enquanto as mulheres receberam R\$ 3.735, o que representa uma diferença de 18%. Para essa diferença nos valores da remuneração se dá o nome de *gap* salarial. Na tabela 4, é possível notar que em 7 das 8 atividades econômicas do setor audiovisual, a remuneração média mensal masculina foi maior do que a feminina. Apenas no segmento de TV

Aberta, a remuneração feminina foi mais alta que a masculina, em 2%. Já as Operadoras de TV Paga registraram a maior disparidade salarial, o salário da mulher correspondeu a 63% do salário do homem, ou seja, elas ganham 37% menos.

Tabela 4 – Remuneração mensal média, em reais, por atividade econômica e gênero (2016).

<b>Atividade Econômica</b>	<b>Homens</b>	<b>Mulheres</b>	<b>Mulheres/ Homens (%)</b>
<b>Produção e Pós-produção</b>	2.801	2.419	86%
Distribuição	8.910	8.463	95%
Exibição Cinematográfica	1.663	1.346	81%
Tv Aberta	5.538	5.644	102%
<b>Programas de TV Paga</b>	7.095	6.150	87%
<b>Operadores de TV Paga</b>	3.833	2.432	63%
<b>Aluguel de DVDs</b>	1.375	1.305	95%
<b>Comércio Varejista de Discos, CDs, DVDs e Fitas</b>	1.485	1.320	89%
Setor Audiovisual	4.556	3.735	82%
Economia Brasileira	2.829	2.389	84%

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da Ancine (2018).

Para finalizar essa seção, é importante salientar que o CNAE não investiga a função exercida pelo sujeito. Dessa forma, além de analisar a quantidade de profissionais em cada setor, é fundamental visualizar as posições hierárquicas que ocupam e a função na equipe, para ter um panorama tanto da segregação ocupacional horizontal, quanto da vertical. Essa análise será feita a seguir.

#### 4.3 OCUPAÇÕES DO AUDIOVISUAL PELA CBO

A divisão social no trabalho apresenta dois níveis de segmentação: um relacionado ao setor de atividade, que é determinado por tradições culturais, por exemplo, que mulheres atuem em determinadas atividades atribuídas à identidade feminina. Já o outro, relacionado à hierarquia dos cargos, de forma que mulheres ainda possuem baixa representação nas ocupações de chefia e gerenciais (MELEIRO; XAVIER, 2021).

Como foi visto até aqui, é possível compreender que o mercado de trabalho do cinema e audiovisual não se difere das demais áreas de atuação quando se trata de segmentação ocupacional por gênero. As mulheres que adentram o mercado de trabalho da indústria audiovisual muitas vezes se vêem em determinados cargos ou áreas que lhe foram permitidos pela hegemonia masculina.

Acerca dessa lógica, o teto de vidro dificulta a presença de mulheres em cargos hierárquicos mais altos. De acordo com as autoras do Mapeamento de Diversidades dos Cursos de Cinema e Audiovisual no Brasil (2021):

“se as funções de comando no audiovisual são predominantemente ocupadas por homens brancos, a gerência do imaginário, da representação de gêneros, raças e sexualidades, a disseminação de valores, modismos e ideais políticos estão sob domínio de uma perspectiva majoritariamente masculina e branca.” (MELEIRO; XAVIER, 2021, p. 17).

A tabela 5, apresenta a quantidade de profissionais: homens, mulheres e total, para cada CBO do audiovisual em 2003. Há também o valor total agregado do ano, que é de 42.097, sendo que desses, 34.826 eram homens e 7.271 eram mulheres. Apenas com esse dado, já é possível perceber uma grande disparidade no setor, uma vez que a proporção é de 1 mulher a cada 4,8 homens.

Alguns dados como os referentes ao Tecnólogos em Produção Audiovisual, Continuístas e Assistentes de Direção não aparecem em 2003, pois esses CBOs foram adicionados posteriormente, o primeiro em 2010 e os dois seguinte em 2018.

Tabela 5 – Número de homens, mulheres e total de cada CBO do audiovisual (2003).

<b>Título CBO</b>	<b>Homens</b>	<b>Mulheres</b>	<b>Mulheres/ Homens (%)</b>
Editor	2.366	1.485	63%
Autor-roteirista	281	253	90%
Produtor Cinematográfico	181	142	78%
Tecnólogo em Produção Audiovisual	0	0	0
Diretor de Cinema	72	57	79%
Cenógrafo de Cinema	16	2	12%
Diretor de Arte	657	216	33%
Diretor de Fotografia	220	72	33%
Iluminador (televisão)	432	4	1%
Operador de Câmera de Televisão	3.049	187	6%
Técnico em Operação de Equipamentos	7.290	1.346	18%

de Produção para Televisão e Produtoras de Vídeo			
Técnico em Gravação de Áudio	1.593	185	12%
Técnico em Sonorização	839	56	7%
Técnico em Instalação de Equipamentos de Áudio	3.395	499	15%
Cenotécnico (cinema, vídeo, televisão, teatro e espetáculos)	146	6	4%
Maquinista de Cinema e Vídeo	607	80	13%
Editor de TV e Vídeo	869	194	22%
Finalizador de Vídeo	98	22	22%
Montador de Filmes	7.978	2.028	22%
Maquiador de Caracterização	66	151	228%
Assistente de Direção (TV)	0	0	0
Continuista	0	0	0
Operador de Projetor Cinematográfico	4.514	278	6%
Operador-mantenedor de Projetor Cinematográfico	157	8	5%
<b>Total</b>	<b>34.826</b>	<b>7.271</b>	<b>42.097</b>

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da RAIS (2023).

Já a tabela 6, apresenta a quantidade de profissionais: homens, mulheres e total, para cada CBO do audiovisual em 2021 (último ano de dados disponível na RAIS). Há também o valor total agregado do ano, de 41.718 trabalhadores. Nota-se que esse valor é levemente menor do que o agregado de 2003, ainda assim, continua havendo disparidade de gênero no setor, uma vez que, do total, 32.795 são homens e apenas 8.923 são mulheres. Dessa forma, nota-se uma diferença de aproximadamente 370%. É importante salientar que, mesmo o valor total diminuindo, e a disparidade se mantendo, a quantidade total de mulheres aumentou em 1.652 profissionais.

A baixa presença de diretoras mulheres é bastante evidente, em alguns cargos a distribuição é um pouco mais equilibrada, mas mesmo assim, a maior parte ainda é ocupada por homens. A presença feminina na produção e produção executiva, assim como na maquiagem e caracterização, é bastante expressiva. Já nas áreas técnicas, maquinista e de operação de equipamentos e câmeras, a presença feminina é bastante reduzida.

Tabela 6 – Número de homens, mulheres e total de cada CBO do audiovisual (2021).

<b>Título CBO</b>	<b>Homens</b>	<b>Mulheres</b>	<b>Mulheres/ Homens(%)</b>
Editor	4.673	3.567	76%
Autor-roteirista	323	334	103%
Produtor Cinematográfico	184	216	117%
<b>Tecnólogo em Produção Audiovisual</b>	838	383	46%
<b>Diretor de Cinema</b>	60	40	67%
<b>Cenógrafo de Cinema</b>	24	9	37%
<b>Diretor de Arte</b>	1.338	692	52%
<b>Diretor de Fotografia</b>	105	35	33%
Iluminador (televisão)	377	21	6%
<b>Operador de Câmera de Televisão</b>	5.014	646	13%
<b>Técnico em Operação de Equipamentos de Produção para Televisão e Produtoras de Vídeo</b>	1.012	227	22%
<b>Técnico em Gravação de Áudio</b>	1.255	237	19%
<b>Técnico em Sonorização</b>	1.176	75	6%
<b>Técnico em Instalação de Equipamentos de Áudio</b>	5.278	265	5%
Cenotécnico (cinema, vídeo, televisão, teatro e espetáculos)	444	49	11%
<b>Maquinista de Cinema e Vídeo</b>	419	74	18%
<b>Editor de TV e Vídeo</b>	5.095	1.330	26%
<b>Finalizador de Vídeo</b>	330	114	35%
<b>Montador de Filmes</b>	4.063	375	9%
<b>Maquiador de Caracterização</b>	49	158	322%
<b>Assistente de Direção (TV)</b>	61	24	39%
Continuista	4	2	50%
<b>Operador de Projetor Cinematográfico</b>	594	44	7%
<b>Operador-mantenedor de Projetor Cinematográfico</b>	79	6	8%
<b>Total</b>	<b>32.795</b>	<b>8.923</b>	<b>41.718</b>

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da RAIS (2023).

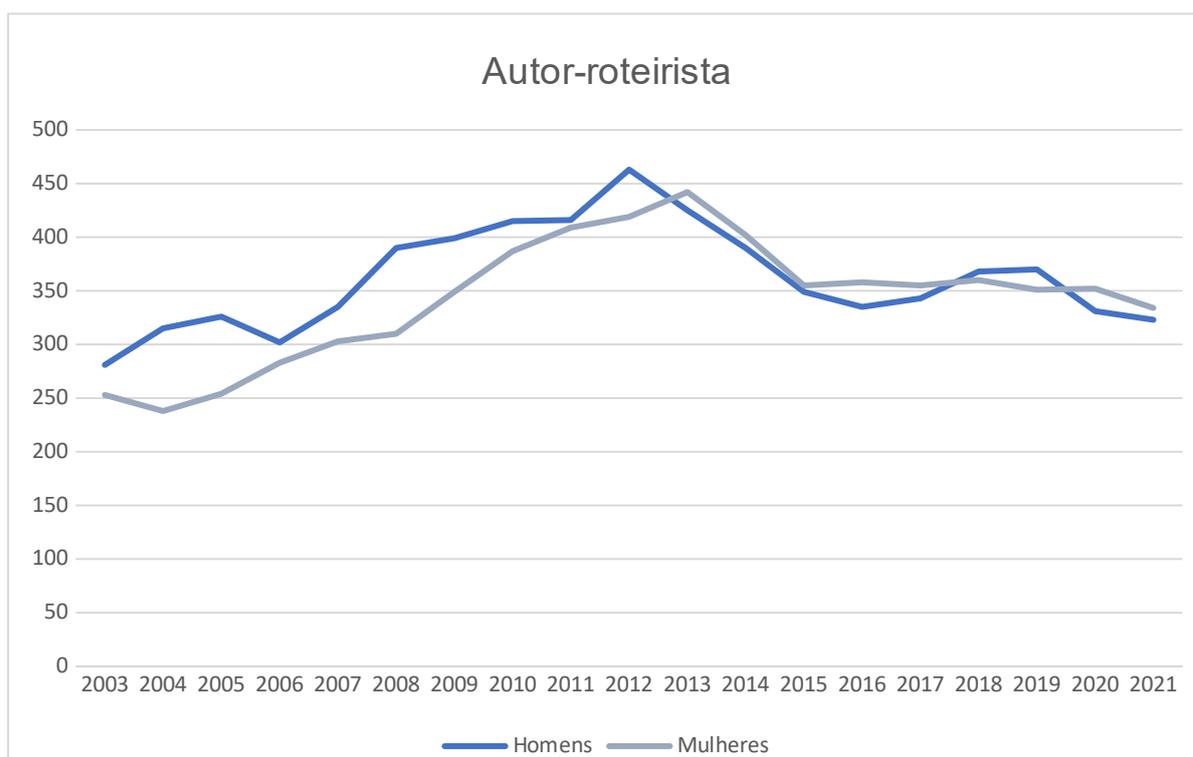
Do total das 24 ocupações consideradas, em 21 há um maior número de homens que de mulheres em 2021. Por outro lado, desde 2003, houve aumento da participação feminina em 16 ocupações.

A seguir, se analisam algumas das ocupações mais importantes. Na figura 6, vê-se uma certa igualdade entre homens e mulheres na função de Autor-roteirista (CBO 2615-05). O roteiro tem grande importância na realização de uma obra cinematográfica/audiovisual, é através dele que se indicam os caminhos, uma espécie de bússola na hora de planejar a realização de um filme, ele que direciona cada parte do processo e o trabalho de profissionais das mais diferentes áreas. A

partir disso, a presença das mulheres no roteiro é de extrema importante, pois escrever cria possibilidades de falar de si e do mundo no qual estão inseridas, de criar novos imaginários. É um ato político e torna-se elemento principal na construção das identidades. Para as mulheres, a escrita parte de uma demanda que tem por objetivo a descolonização do conhecimento. Escrever preenche lacunas do tempo e da memória (TEDESCO (org.), 2021).

“Destaco que os cargos de liderança no roteiro e na direção são imprescindíveis para mudar esse cenário, porque são os cargos que se dedicam à construção das narrativas. E sabemos que essas narrativas impactam diretamente na formação do imaginário de nossa sociedade. Se essas narrativas são sempre de um mesmo ponto de vista, isto é, branco e masculino, e portanto pouco diverso, estamos perpetuando esse *status quo*. Apesar da mulher figurar na produção executiva e na direção de arte com bons números, é fundamental ampliar sua presença na direção e no roteiro, que são os cargos de liderança não só de maior prestígio e visibilidade, mas os de responsabilidade pelo ponto de vista em que as histórias serão contadas. (IVANOV, 2021, p. 51)

Figura 6 – CBO 2615-05 – Autor-roteirista, por gênero, entre 2003 e 2021.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da RAIS (2023).

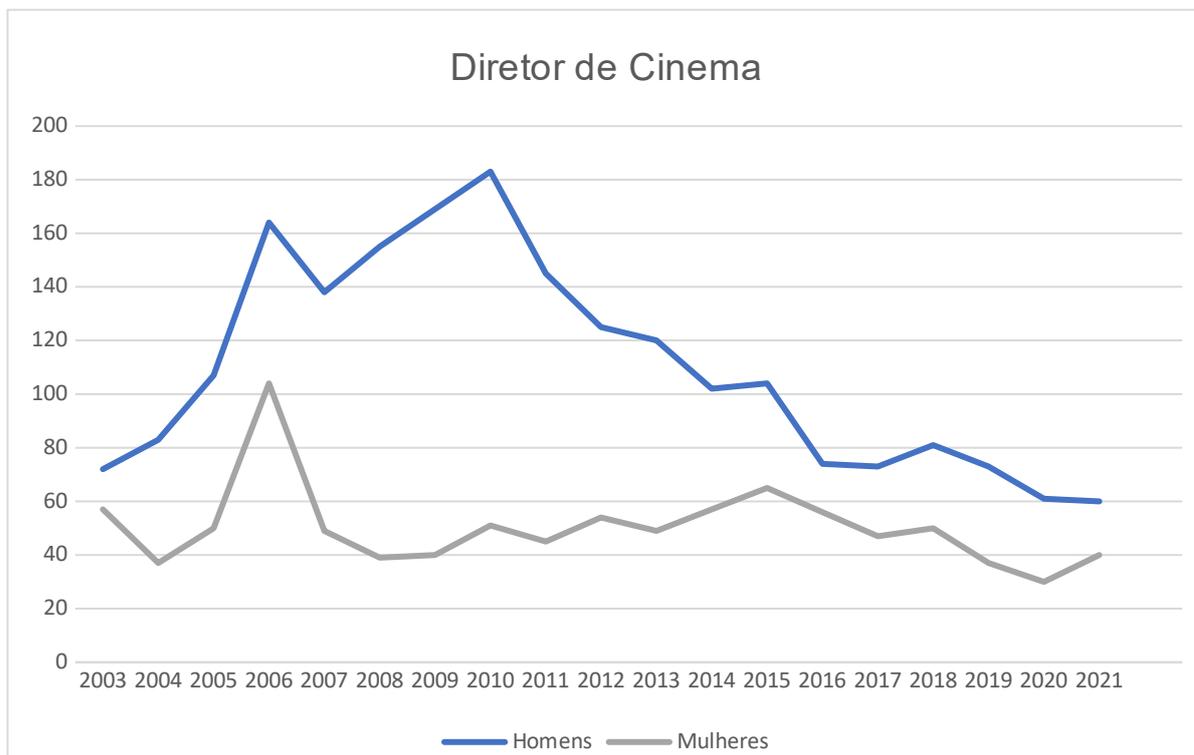
A ocupação Diretor de Cinema (CBO 2622-05), é uma das funções no cinema e no audiovisual que possui maior *status*, o cargo é um dos mais valorizados dentro

e fora da indústria. Os dados apresentados na figura 7 corroboram com a hipótese de que, pela grande importância que possui, haveria mais homens do que mulheres nesse cargo. Ao longo dos 18 anos analisados, em média, 68% do setor é formado por homens.

Na figura 7, é possível verificar a evolução da quantidade de vínculos ao longo dos anos, pode-se ver uma grande diferença entre o número de homens e mulheres principalmente entre 2007 e 2013. Essa diferença parece estar sendo atenuada a partir de então, porém, os homens permanecem em destaque. O primeiro ano analisado, 2003, foi também o ano com a menor discrepância. Em 2006, o ano com mais profissionais no cargo, com um total de 268 registros, 61% eram homens e 39% eram mulheres. O hiato aumentou constantemente até 2010, ano com a maior diferença, com 132 homens à mais do que mulheres dirigindo filmes. No último ano analisado, 2021, as mulheres conseguem fechar a lacuna, mas a quantidade de homens continua significativamente maior, 60 homens e 40 mulheres.

De acordo com dados publicados pela FORCINE (2021), um estudo realizado com 2.636 obras, entre elas longas metragens lançados, comercialmente ou não, obras para televisão e curtas e médias metragens, com informações preenchidas e fornecidas pelos produtores responsáveis pelas obras audiovisuais com emissão de Certificado de Produto Brasileiro (CPB) entre os anos de 2017 e 2018, 20% das obras foram dirigidas por mulheres, 72% por diretores homens e 8% foram dirigidos por homens e mulheres conjuntamente. Também a partir das informações constantes nos CPBs, 25% das obras tiveram roteiros assinados por mulheres, 60% por homens e 15% dos roteiros foram escritos conjuntamente por mulheres e homens (de um total de 1.925 obras consideradas).

Figura 7 – CBO 2622-05 – Diretor de Cinema, por gênero, entre 2003 e 2021.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da RAIS (2023).

O cargo de Editor de TV e Vídeo (CBO 3744-05), possui maior desigualdades. São 6.425 vínculos empregatícios, onde desses, 5.095 são homens. Analisando os demais anos, de 2003 a 2021. Na figura 8 é possível perceber que a preponderância masculina ocorre em todos os anos analisados.

Na época do cinema mudo, entre 1915 e 1925, a indústria de cinema norte americana utilizava fortemente da mão de obra feminina no trabalho de montagem dos filmes, que na época ainda eram em película. Esse trabalho era manual e artesanal e semelhante ao ato de corte e costura. Essas mulheres não tinham poder de escolha criativa na edição, realizando um trabalho auxiliar e pobremente remunerado.

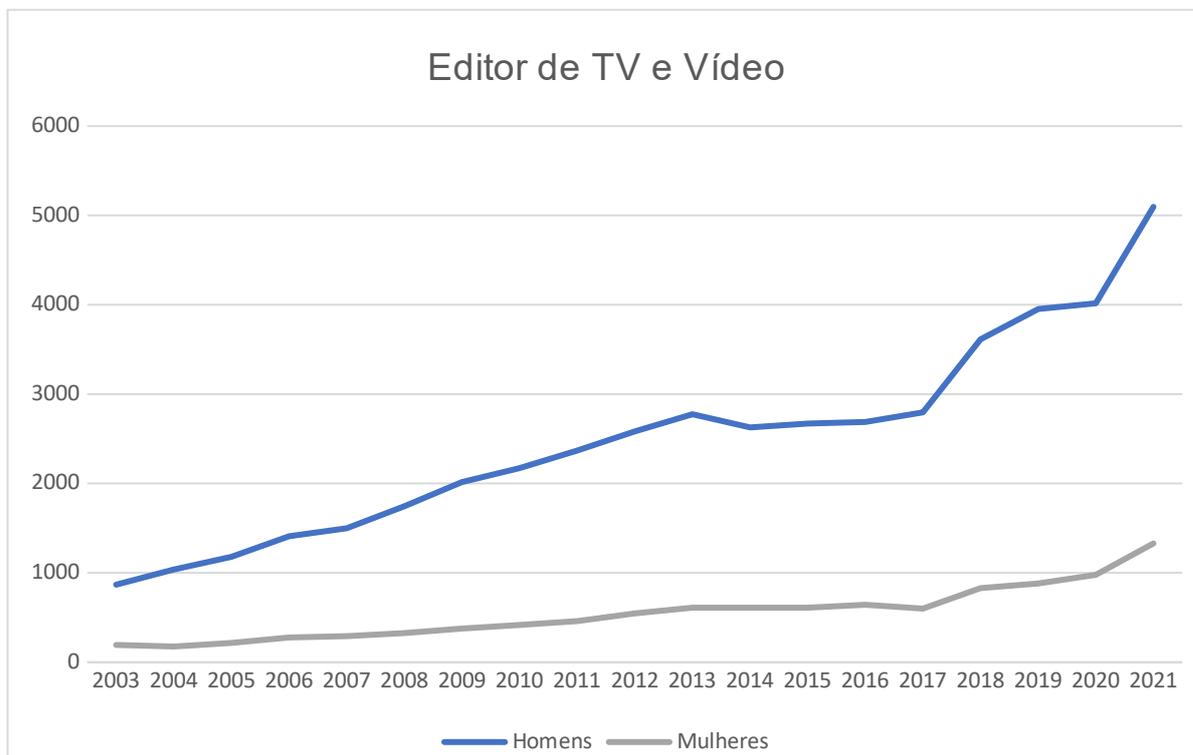
Em estudo realizado por Elianne Ivo Barroso e Natalia Teles Fróes, a fim de verificar a presença feminina nos primórdios da montagem brasileira, verificou que entre 1950 e 1980 as mulheres permaneciam por muito tempo na condição de assistente para depois assumir a cabeça da equipe e assinar como montadoras, embora raramente deixem de exercer a assistência em muitas obras (TEDESCO, 2021). As autoras têm duas hipóteses para a ausência de nomes femininos dos

créditos das montagens da época, a predominância de homens nos bastidores, o que impediu a entrada feminina nessa área da produção, ou um possível apagamento da contribuição das mesmas, “esquecendo-se” de nomeá-las nos créditos das obras.

Outro aspecto que merece nota é o compadrio entre mulheres e homens nas relações com companheiros, irmãos e tios, Talvez essa fosse a única porta de entrada para o trabalho feminino na sala de montagem. Sem ensino formal em escolas e cursos, a alternativa era o aprendizado na prática e a dependência daqueles que controlavam o saber técnico. A criação de escolas de cinema no final dos anos 1960 (UnB, USP e UFF) vai gradativamente mudar a feição do mercado de trabalho cinematográfico, valorizando o papel da formação técnica e do conhecimento em geral na área. Vale notar que as ondas feministas também auxiliaram nessa mudança, motivando muitas mulheres a ocupar espaço e a lutar por seus direitos. (TEDESCO, 2021, p. 120)

Já em 2003, conforme apresenta a figura 8, tinha-se 869 registros de funcionários do sexo masculino em comparação com 194 registros de funcionárias do sexo feminino. A quantidade de profissionais no cargo cresceu exponencialmente, esse aumento pode se dar em função do aprimoramento das tecnologias com a mudança do filme em película para o digital, seguido pela democratização dos computadores e acesso à programas de edição. Ao longo desses 18 anos, o número de profissionais do sexo masculino cresceu 5,9 vezes, já o número de mulheres é 6,8 vezes maior que o inicial. Dessa forma, apesar do abismo entre a quantidade de homens e mulheres no cargo, é possível verificar a entrada, cada vez maior, delas no setor.

Figura 8 – CBO 3744-05 - Editor de TV e Vídeo, por gênero, entre 2003 e 2021.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da RAIS (2023).

#### 4.4 AVALIAÇÃO DOS DADOS DE MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

A criação da figura de MEI originou uma dinâmica empregatícia baseada na terceirização, onde o trabalhador deixa de ser um funcionário de uma empresa e torna-se ele mesmo uma microempresa, uma Pessoa Jurídica (PJ). A partir de então, para o Governo, entende-se que o trabalhador se torna uma pessoa autônoma, identificado por um Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ).

O Mapeamento e Estudo do Setor Audiovisual Catarinense (2021) serviu como diretriz para essa pesquisa. A respeito da presença de MEIs, os autores afirmam que: “Atualmente, uma tendência emergente diz respeito ao surgimento de novas formas de trabalho, sintetizadas na figura dos Microempreendedores Individuais (MEIs).” (CATELA et al, 2021, p. 82).

O crescimento da flexibilização das relações de trabalho possui aspectos positivos e negativos, por um lado, dada a sazonalidade das produções audiovisuais, possibilita ao trabalhador obter uma maior liberdade de mercado e

permite às empresas uma maior manutenção dos empreendimentos, por outro lado, pode ocorrer a precarização do trabalho.

“Assim como em outros setores, os trabalhadores culturais estão em uma posição complexa entre autonomia e risco. No geral, essas condições sociais de trabalho são mantidas através da estrutura e organização das indústrias culturais, nas quais os atores que se encontram no poder e no controle são capazes de transferir os riscos para os trabalhadores mais vulneráveis.” (CATELA et al, 2021, p. 82).

Para analisar o mercado de trabalho relacionados aos MEIs dentro do setor audiovisual, utilizaram-se os dados retirados do site da Receita da Fazenda, realizando uma consulta dos relatórios estatísticos onde foi possível verificar o total de MEIs por CNAE da Unidade Federal, distribuído por sexo. Foram selecionados três estados brasileiros: Rio de Janeiro, São Paulo e Santa Catarina. A escolha dos estados está ligada à proeminência da atividade produtiva dentro do eixo São Paulo-Rio, polos da produção audiovisual nacional. À vista disso, o número de trabalhadores é mais abundante, possibilitando a análise mais geral da discrepância de gênero do setor.

A base de dados da Receita da Fazenda fornece o total de Empresas Optantes no SIMEI, da Unidade Federativa SC, ou seja, o número de MEIs, por Código CNAE, com a descrição e sexo do trabalhador. A escolha dos CNAEs tomou como base o Mapeamento e Estudo do Setor Audiovisual Catarinense, que ponderou os CNAEs diretamente associados às atividades do audiovisual e relacionados aos agentes econômicos cadastrados regularmente na Ancine. Assim, após a seleção dos 10 CNAES, foi realizado o tratamento dos dados e a transformação destes em tabela para melhor visualização.

As tabelas 7, 8 e 9, apresentam uma fotografia da realidade de cada estado hoje, apresentando os dados relativos à quantidade de vínculos informais, por gênero, no setor audiovisual, a partir do número de MEIs por CNAE. Nas tabelas, há uma lista de CNAEs do setor audiovisual, seu código e descrição, assim como e a quantidade de MEIs registrados para cada um, separados em: número total, o número de homens e número de mulheres.

Existem muitos fatores que podem estar colaborando para o crescimento considerável da flexibilização dos vínculos empregatícios e aumento da contratação

de MEIs no setor audiovisual. Nesse trabalho não entraremos a fundo nesse seguimento, colocando-o apenas para fins comparativos.

“Enquanto houve redução nos vínculos formais de trabalho no setor, o regime de microempreendedor individual apresentou crescimento em projetos específicos que duram até um ano. o fenômeno impõe desafios para identificação dos trabalhadores para a geração de políticas públicas” (CATELA et al, 2021, p. 18)

Tabela 7 - Número de MEIs por CNAE do Setor Audiovisual, Rio de Janeiro (2023).

<b>Código</b>	<b>Título</b>	<b>Homens</b>	<b>Mulheres</b>	<b>Mulheres/ Homens (%)</b>
9001-906	Atividades de Sonorização e de Iluminação	3.540	460	13%
8592-902	Ensino de Artes Cênicas, Exceto Dança	367	366	100%
8592-999	Ensino de Arte e Cultura não Especificado Anteriormente	3488	4707	135%
7722-500	Aluguel de Fitas de Vídeo, DVDs e Similares	85	43	51%
7420-002	Atividades de Produção de Fotografias Aéreas e Submarinas	254	92	36%
7420-001	Atividades de Produção de Fotografias Exceto Aérea e Submarina	5509	5881	107%
5912-001	Serviços de Dublagem	228	231	101%
5912-099	Atividades de Pós-produção Cinematogr., de Vídeos e de Programas de TV	5441	3171	58%
4789-008	Comércio Varejista de Artigos Fotográficos e para Filmagem	314	359	114%
4762-800	Comércio Varejista de Discos, CDs, DVDs e Fitas	269	110	41%

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da Receita da Fazenda (2023).

Tabela 8 - Número de MEIs por CNAE do Setor Audiovisual, São Paulo (2023).

<b>Código</b>	<b>Título</b>	<b>Homens</b>	<b>Mulheres</b>	<b>Mulheres / Homens (%)</b>
9001-906	Atividades de Sonorização e de Iluminação	7311	1107	15%
8592-902	Ensino de Artes Cênicas, Exceto Dança	928	1107	119%
8592-999	Ensino de Arte e Cultura não Especificado Anteriormente	8503	12684	149%

7722-500	Aluguel de Fitas de Vídeo, DVDs e Similares	176	104	59%
7420-002	Atividades de Produção de Fotografias Aéreas e Submarinas	743	189	25%
7420-001	Atividades de Produção de Fotografias Exceto Aérea e Submarina	14356	13259	92%
5912-001	Serviços de Dublagem	443	449	101%
5912-099	Atividades de Pós-produção Cinematogr., de Vídeos e de Programas de TV	16958	8708	51%
4789-008	Comércio Varejista de Artigos Fotográficos e para Filmagem	1135	892	79%
4762-800	Comércio Varejista de Discos, CDs, DVDs e Fitas	781	296	38%

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da Receita da Fazenda (2023).

Tabela 9 - Número de MEIs por CNAE do Setor Audiovisual, Santa Catarina (2023).

<b>Código</b>	<b>Título</b>	<b>Homens</b>	<b>Mulheres</b>	<b>Mulheres/ Homens (%)</b>
9001-906	Atividades de Sonorização e de Iluminação	866	136	16%
8592-902	Ensino de Artes Cênicas, Exceto Dança	86	97	113%
8592-999	Ensino de Arte e Cultura não Especificado Anteriormente	952	1505	158%
7722-500	Aluguel de Fitas de Vídeo, DVDs e Similares	57	48	84%
7420-002	Atividades de Produção de Fotografias Aéreas e Submarinas	158	32	20%
7420-001	Atividades de Produção de Fotografias Exceto Aérea e Submarina	2226	2701	121%
5912-001	Serviços de Dublagem	11	19	173%
5912-099	Atividades de Pós-produção Cinematogr., de Vídeos e de Programas de TV	2428	1274	52%
4789-008	Comércio Varejista de Artigos Fotográficos e para Filmagem	153	136	89%
4762-800	Comércio Varejista de Discos, CDs, DVDs e Fitas	70	32	46%

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da Receita da Fazenda (2023).

Os CNAEs: Ensino de Artes Cênicas, Exceto Dança (8592-902) e Ensino de Arte e Cultura não Especificado Anteriormente (8592-999), foram selecionados para analisar a presença feminina nas atividades de ensino no audiovisual.

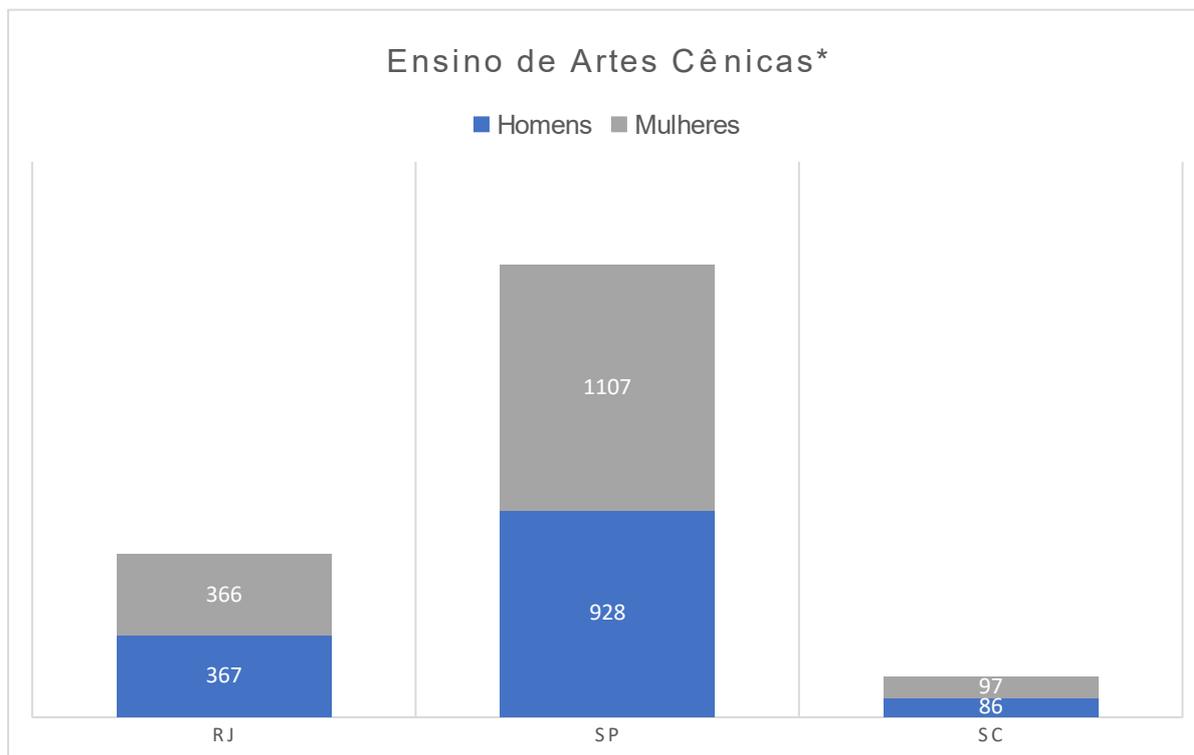
“C&E é um terreno de práticas de formação e educação, e, nesse lugar, nós mulheres sempre estivemos presentes, ainda que não fôssemos as coordenadoras, as diretoras ou as presidentas. O espaço da educação sempre foi habitado e construído por mulheres. Facilmente se observa esse fator, resultado de uma cultura machista, nas professoras de todos os indivíduos que conseguem se lembrar daquelas que lhes ensinaram no período da primeira infância.” (NUNES; SALVATIERRA; MATHIEU, 2021, p. 174)

Através das figuras 9 e 10, foi possível verificar que em quase todos os momentos, há uma maioria feminina ocupando a função de educadoras. A união entre Cinema & Educação, campo dedicado às pedagogias do cinema, “herdou o estigma da educação, caracterizando-se como o lugar das “professorinhas”, quando ocupa as discussões acadêmicas, chaga majoritariamente com referências masculinas.” (NUNES et al, 2021 p. 160).

Dessa forma, de acordo com Nunes et al (2021), o campo C&E sempre foi “lugar de mulher”, herdando as crenças relacionadas à mulher na educação, um aglutinado de atributos como pureza, doçura, maternidade, bondade, etc (p. 175).

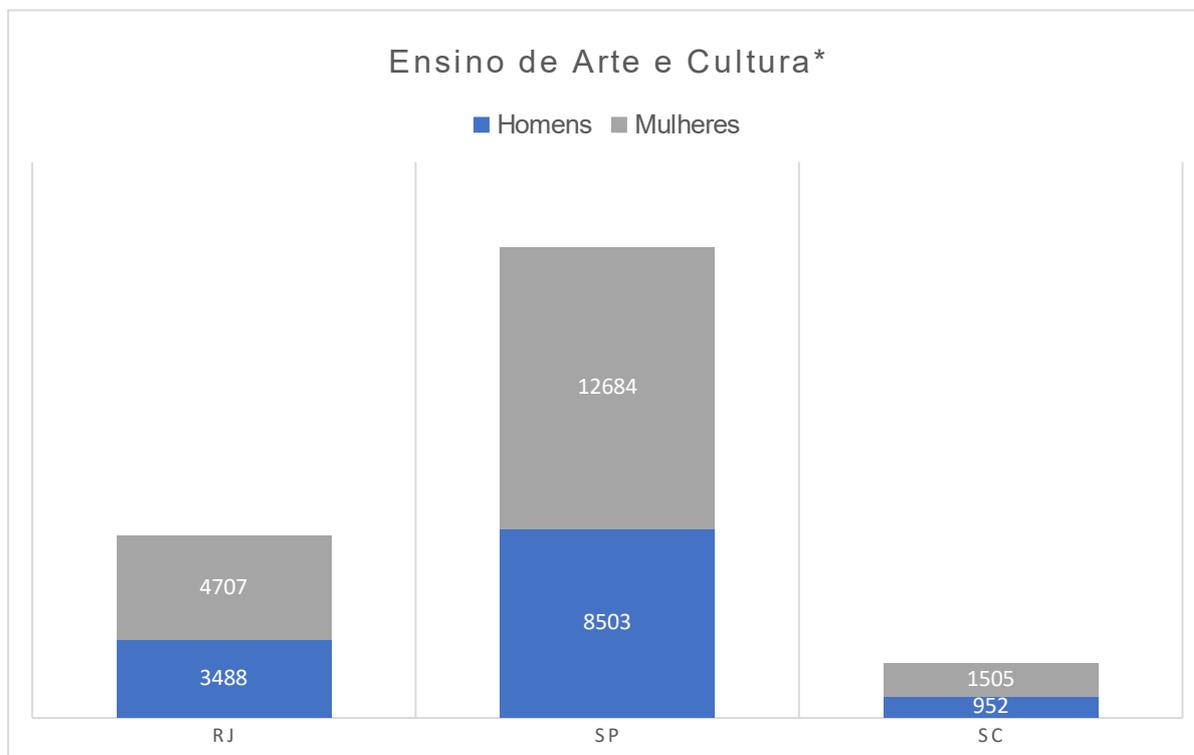
A interface entre cinema e educação é majoritariamente feminina. À essas educadoras fica a função de criação de um “campo híbrido de construção de conhecimento e afetos.” (NUNES et al, 2021, p. 160). É através do trabalho dessas mulheres que ocorre a recuperação da memória e a luta por uma educação transgressora, no sentido de bell hooks. No cinema majoritariamente masculino, o campo vai revelando, dia a dia, conquista a conquista, as mulheres do cinema (NUNES et al, 2021).

Figura 9 – Quantidade de homens/mulheres no CNAE: 8592-902.



\*Exceto dança. Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da Receita da Fazenda (2023).

Figura 10 – Quantidade de homens/mulheres no CNAE: 8592-999.



\*Não especificado anteriormente. Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da Receita da Fazenda (2023).

Os dados coletados relativos à quantidade de MEIs no setor audiovisual, representados nas tabelas acima, vêm para somar à análise realizada sobre o mercado de trabalho formal, de CNAEs e CBOs, retratada anteriormente no trabalho. Infelizmente a plataforma com a base de dados da Receita da Fazenda, relativa aos MEIs, impossibilita uma análise temporal do número de MEIs, assim como, não apresenta um valor total, por gênero, dos registros, no país como um todo. Dessa forma, a análise do trabalho autônomo, na figura dos Microempreendedor Individual, é apenas um complemento para um maior escopo da realidade do mercado de trabalho brasileiro.

## 5 CONCLUSÃO

Esse Trabalho de Conclusão de Curso em Ciências Econômicas teve como objetivo agrupar informações valiosas que poderão servir de subsídios para a caracterização do mercado de trabalho do setor do Cinema e Audiovisual no Brasil.

Pesquisar questões de gênero na indústria audiovisual, é algo que ainda não havia sido feito dentro da vertente da Economia Feminista. É essencial a busca por novos debates e trabalhos acadêmicos que tragam, cada vez mais, as questões de gênero para as Ciências Econômicas.

A partir das análises dos dados do mercado de trabalho e do levantamento e revisão da bibliografia, foi possível verificar uma desigualdade de gênero que leva a uma série de segregações ocupacionais no setor. Com base nos dados apresentados, percebeu-se várias áreas e funções da indústria audiovisual com uma presença irrisória de trabalhadoras do sexo feminino, com as mulheres sendo subrepresentadas. Mesmo que haja uma porcentagem considerável de obras que contam com a participação feminina, elas muitas vezes não aparecem em funções de destaque, corroborando com a falta de equidade de gênero na indústria.

Ainda há um longo caminho a percorrer em termos de representatividade e igualdade. É crucial que medidas sejam tomadas para mudar esse cenário e promover uma maior representatividade feminina na indústria. Propõe-se a produção de novas pesquisas no tema, assim como a formulação, acompanhamento e avaliação de políticas públicas voltadas às questões de gênero.

Se políticas públicas multidisciplinares forem postas em prática de forma efetiva e coerente, a economia criativa pode gerar externalidades positivas nas várias facetas da economia. No que tange à produção cinematográfica, há a necessidade de rever políticas de incentivo, como a revisão da Lei Rouanet, a fim de melhorar qualidade e quantidade de estúdios de produção. Também sugere o investimento em recursos humanos através de capacitação de roteiristas, diretores de arte, técnicos de apoio de som, iluminação, etc. Investir na instalação de laboratórios e serviços de pós-produção não só para filmes nacionais, mas também incentivar a produção internacional em território brasileiro. Promover coproduções, especialmente entre países latino-americanos, para produção de filmes e vídeos, não só para o cinema, mas também para TV.

Diante das análises realizadas, é importante ressaltar que os resultados aqui obtidos não têm a pretensão de apresentar afirmativas ou conclusões definitivas sobre o assunto. É fundamental reconhecer as limitações da pesquisa, considerando que os dados coletados foram obtidos de uma amostra específica e que ainda existem muitas variáveis que podem influenciar nos resultados. Ademais, o presente estudo não esgota o tema em questão, o que possibilita a continuidade de pesquisas futuras que possam trabalhar com uma amostra mais abrangente e que se dediquem a outras perspectivas. Assim, é possível que novos resultados surjam e contribuam para uma compreensão mais completa e precisa do objeto de estudo.

Percorrer a presença feminina no setor audiovisual, oportunizar que a mulher colocar-se como agente da história e trazer visibilidade e representação, política e simbólica, através da realização de obras audiovisuais, com histórias e personagens capazes de representar perspectivas e realidade plurais.

Uma expressão feminina é, antes de tudo, uma expressão política de resistência, de formulação política, transformadora e de construção de novas percepções críticas. É proveitoso lembrar as palavras de Hélène Cixous, sobre a importância de a mulher criar e de se criar, ressaltando a ideia de pertencimento, que vai além da memória e está na criação e no que é dito.

“Eu falarei da escrita feminina: *do que ela fará*. É preciso que a mulher se escreva: que a mulher escreva sobre a mulher, e que faça as mulheres virem à escrita, da qual elas foram afastadas tão violentamente quanto o foram de seus corpos; pelas mesmas razões, pela mesma lei, com o mesmo objetivo mortal. É preciso que a mulher se coloque no texto - como no mundo, e na história -, por seu próprio movimento.” (CIXOUS, 2022, p. 41)

Para finalizar, as dificuldades que as mulheres encontram para entrar e permanecer na indústria audiovisual contribuem para a falta de diversidade, limitando a criatividade e a inovação. As mulheres querem fazer filmes, por várias razões, assim como os homens e têm suas próprias motivações e inspirações. Elas querem compartilhar suas perspectivas únicas, destacar questões que afetam a vida das mulheres, expressar sua criatividade e visão artística, quebrar estereótipos, buscar representação e reconhecimento na indústria cinematográfica e simplesmente porque gostam de fazer filmes. Assim, mais esforços são necessários para abordar as questões que dificultam a presença feminina, para promover maior igualdade e desenvolver estratégias para enfrentar esses desafios na indústria. Do

mesmo modo, incentivo a implementação de políticas públicas para promover a igualdade de gênero no local de trabalho.

## REFERÊNCIAS

- ANCINE. **Emprego no Setor Audiovisual**: estudo anual 2018 (ano-base 2016). Rio de Janeiro: Ancine, 2018. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/> Acesso em: 03/04/2023.
- ANCINE. **Mercado Cinematográfico 2022**: 06 de janeiro de 2022 a 04 de janeiro de 2023. Rio de Janeiro: Ancine. 2022.
- BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo Sexo**, v. 2. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016.
- BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo Sexo: A Experiência Viva**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967
- BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero: Feminismo e Subversão da Identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.
- CATELA, E; MENDES, R; LINS, H; MARIGA, C. **Relatório Final do Projeto: Mapeamento e Estudo do Setor Audiovisual Catarinense**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2021.
- CATELA, E; LINS, H; MENDES, R; MARIGA, C. **Retratos do Audiovisual Catarinense: Economia e Políticas Públicas**. Florianópolis: Fundação Catarinense de Cultura, 2021.
- CIXOUS, Hélène. **O Riso da Medusa**. Rio de Janeiro, RJ: Bazar do Tempo, 2022.
- FEDERICI, S. **Calibã e a Bruxa: Mulheres, Corpo e Acumulação Primitiva**. São Paulo: Elefante, 2017.
- GEORGIEVA, Kristalina. Em: **A Ascensão da Economia Feminista: mulheres são apenas 25,7% na autoria de estudos econômicos, mas novos movimentos indicam a busca por igualdade de gêneros**. Cyro Andrade. **Valor**. São Paulo, p. 1-4. jan. 2022. Disponível em: <https://valor.globo.com/eu-e/noticia/2021/01/15/a-ascensao-da-economia-feminista.ghtml>. Acesso em: 16 maio 2023.
- GORGULHO, F. L., MOREIRA DA GAMA, M. e ZENDRON, P. **Economia da cultura: a oportunidade de um novo vetor de desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 2015.
- IVANOV, Debora. **Mulheres no Audiovisual**. Cabíria, novembro 2019.
- KUHN, R. **Generating creative and innovation in large bureaucracies**. Westport; London: Quorum Books, 1993.
- LAUZEN, Dr. Martha M. **It's a Man's (Celluloid) World: Portrayals of Female Characters in the Top 100 Films of 2016**. Disponível em:

<https://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2017/02/2016-Its-a-Mans-Celluloid-World-Report.pdf> Acesso em: 03/04/2023.

LAUZEN, Dr. Martha M. ***It's a Man's (Celluloid) World: Portrayals of Female Characters in the Top Grossing U.S. Films of 2022.*** Disponível em: <https://womenintvfilm.sdsu.edu/research/> Acesso em: 03/04/2023

LUSVARGHI, Luiza; SILVA, Camila Vieira da (orgs.). **Mulheres Atrás das Câmeras: As Cineastas Brasileiras de 1930 a 2018.** São Paulo: Estação Liberdade, 2019.

MACHADO, Sandra de Souza. **Entre Santas, Bruxas, Loucas e Femme Fatales: (más) representações e questões de gênero nos cinemas.** Curitiba: Appris, 2019.

MARÇAL, Katrine. **O Lado Invisível da Economia: Uma Visão Feminista.** Editora Alaúde, 2017.

MELEIRO, Alessandra. **Mapeamento de Diversidades nos Cursos de Cinema e Audiovisual no Brasil /** Alessandra Meleiro, Tainá Xavier. – Documento eletrônico – São Paulo: FORCINE, 2021.

MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema e Economia Política: Indústria Cinematográfica e Audiovisual Brasileira.** Vol. II. São Paulo: Escrituras Editora, 2012.

MELO, H.P; THOMÉ, D. **Mulheres e poder: histórias, ideias e indicadores.** Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018.

NELSON, Julie A. **The Study of Choice or the Study of Provisioning? Gender and the Definition of Economics.** In: FERBER, M. A.; NELSON, J. A. (Ed.) *Beyond Economic Man: Feminist Theory and Economics.* Chicago: The University of Chicago Press, 1993.

NELSON, J.A. **Feminism and Economics.** *Journal of Economic Perspectives*, v. 9, n. 2, p. 131-148, 1995.

OLIVEIRA, Letícia Moreira. **Por uma Intervenção Decolonial na Crítica Feminista de Cinema.** In: *Mulheres nas Telas e Atrás das Câmeras: Cabíria Festival 2020* (livro eletrônico). Danielle Parfentieff de Noronha, Maíra Cínthya Nascimento Ezequiel (orgs.) Rio de Janeiro: LATC: Festival Cabíria 2020, 2020.

SMITH, Adam. **Uma Investigação Sobre a Natureza e Causas da Riqueza das nações.** São Paulo: Hemus, 2008.

TEDESCO, Mariana Cavalcanti (org.). **Trabalhadoras do Cinema Brasileiro: Mulheres Muito Além da Direção.** Rio de Janeiro: NAU Editora, 2021.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza.** Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2020.