

MULHERES NO RIO2C 2019: UMA ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DO SUMMIT RIO2C MEIO & MENSAGEM E CONFERÊNCIA

Tainá Xavier (UNILA / UFF)¹

Criatividade e inovação são palavras-chave que nortearam a edição 2019 do Rio2C Rio Creative Conference. Novos modos de pensar, fazer e viver vêm alterando relações interpessoais, de afeto, trabalho, consumo e lazer. Se muitos processos são movidos por transformações tecnológicas inegáveis, outros respondem a pressões de grupos sociais que demandam por participação nas diversas instâncias da sociedade. Este é o caso das mudanças ocorridas desde fins do século XIX a partir das lutas das mulheres. Se podemos apontar diversos avanços até os dias de hoje, como ampla participação no mercado de trabalho, altos níveis de escolaridade e até mesmo a ocupação de cargos máximos de Estado, ainda há muitos limites à uma efetiva equidade de gêneros.

O Rio2C 2019 trouxe o tema da presença da mulher para diversos espaços do evento. Esse fato reflete uma tendência mundial da indústria criativa em incorporar debates e ações positivas de igualdade de gênero e cor/raça em suas práticas. Um conjunto diverso de acontecimentos toma forma a partir de 2015 quando eventos, juris e premiações passam a ser questionados e tendem a ser mais inclusivos com mulheres e negros (SARMET, TEDESCO, 2018). Como exemplos desse processo relevantes para o Rio2C podemos citar o painel “Agendas da Mudança” ocorrido durante o Cannes Lions 2018, o número histórico de premiações para mulheres (15) e pessoas negras (7) no Oscar 2019 ou a existência de 12 painéis com a palavra *women* na edição de 2019 do SXSW². Já na cerimônia de abertura do Rio2C, foi concedido o prêmio Mulher no Audiovisual para Laís Bodansky, realizadora audiovisual e primeira mulher a assumir a presidência da Spcine³.

1 Tainá Xavier é professora licenciada da Universidade Federal Latino-Americana e doutoranda no PPGCINE da Universidade Federal Fluminense. Participa da atual diretoria do Forcine como diretora financeira.

2 South by Southwest, é um evento da economia criativa ocorrido desde 1987 em Austin, cujo modelo é uma referência para o Rio2C.

3 Em seu discurso de agradecimento Laís ressaltou a importância da economia criativa para o Brasil, cujo carro-chefe é o audiovisual e alertou para as ameaças que representavam a não entrada em vigor da lei de cota de tela a paralisação nas atividades da ANCINE (graças a um acórdão do TCU que questionava o processo de controle das prestações de contas, a agência interrompeu os repasses para

Se falamos hoje de avanços em relação ao passado é preciso também não deixar de mencionar os desafios que ainda se impõem ao pensarmos em uma equidade real, tanto racial, quanto de gêneros no mundo do trabalho em geral e na economia criativa em particular. A última síntese de indicadores sociais do IBGE que analisou dados de 2004 a 2014 afirmou que a desigualdade do rendimento médio entre homens e mulheres era de 74%, enquanto mulheres em trabalhos informais recebiam em média 50% do rendimento de mulheres em trabalhos formais (IBGE, 2015:76). A desigualdade entre estratos sociais e raça no grupo intitulado mulheres pode ser demonstrado pela complementação dos dados anteriores com a taxa de 48,4% de ocupação em trabalhos informais pela população preta ou parda (Ibid: 71). Outro dado importante para avaliar a situação mulher – trabalho é a taxa de desemprego: “No Brasil, a taxa de desocupação feminina é quase o dobro da taxa masculina e essa relação não se modificou na última década (1,7 vez).” (Ibid:69).

Se analisada também a jornada de trabalho, nota-se que ainda se reflete um entendimento social que atrela a mulher à esfera doméstica, tanto pela aferição de que “Na categoria de empregados domésticos, cerca de 92% dos trabalhadores são do sexo feminino” (Ibid: 70), quanto pela diferença na jornada de trabalho entre homens (41,6 horas semanais de trabalho remunerado e 10 horas de trabalhos domésticos semanais em 2014) e mulheres (35,5 horas de trabalho remunerado e 21,2 horas de trabalhos domésticos semanais no mesmo período). (IBGE, 2015:76)

Já os dados do estudo Emprego no Setor Audiovisual, realizado pela ANCINE, apontam que “entre 2007 a 2015, é possível observar a preponderância dos homens e a estabilidade da proporção no período. Ao longo dos anos as mulheres foram responsáveis por 40% do total de empregos, passando a 41% apenas em 2009 e 2014” (ANCINE, 2017c:12). A pesquisa também aponta que a presença de mulheres no setor audiovisual é inferior à notada na economia brasileira, que variou de 41% em 2007 a 44% em 2015. Já o Relatório de Participação Feminina na Produção Audiovisual Brasileira de 2015 (produzido pela mesma agência) aponta percentuais de participação ainda menores quando é analisada a distribuição de gêneros pelas funções técnicas de obras audiovisuais.

Os dados mostram que os percentuais de participação feminina na direção (19%) e no roteiro (23%) ainda estão bem distantes do percentual masculino. Somente

projetos fomentados), recém ocorrida na época. Tal fala nos lembra que a política também é um importante agente de transformação (positiva ou negativa).

na produção executiva a presença feminina (41%) se aproxima à masculina (47%)”. (ANCINE, 2017: 4)

A inclusão das áreas de Direção de Arte e Direção de Fotografia no Relatório de 2016 revelou outras nuances de distribuição dos gêneros pelas funções: “O destaque fica para o percentual em direção de arte, tanto em 2015 (54%), quanto em 2016 (58%), a presença feminina ultrapassa à masculina nesta função.” (ANCINE, 2017b). No entanto, é importante frisar que o grande percentual de mulheres na direção de arte verificado no total de CPBs emitidos em 2016 não corresponde a um grande número de longas-metragens brasileiros lançados comercialmente em salas de exibição com diretoras de arte no comando, conforme indicado no Informe de Diversidade produzido pela agência em 2016, onde verifica-se que apenas 5,6 % dos títulos tiveram mulheres no comando das equipes de direção de arte, enquanto 31% tiveram comando de equipe com composição de gêneros mistos e 59,2% contam com homens no comando. Por outro lado, a Direção de Fotografia apresenta 88% de participação masculina e apenas 8% feminina nos CPBs emitidos em 2016, enquanto verificam-se 85,2% de longas-metragens brasileiros lançados comercialmente em salas de exibição com diretores de fotografia no comando e apenas 7,7% de títulos com mulheres à frente da função, sendo o restante de gênero misto. De todas as áreas analisadas nestes estudos, a única que possui mais mulheres no comando é a Produção Executiva, com 39,7% na análise dos longas e 41% dos CPBs emitidos em 2016.

Uma reflexão acerca das distribuições dos gêneros por funções no cinema brasileiro nos leva a questionar o porquê de determinadas áreas parecerem “naturalmente” femininas, como é o caso da direção de arte, citada no próprio informe da ANCINE como “comumente atribuída às mulheres” (ANCINE, 2018: 18). Os números parecem indicar que as funções com maior presença de mulheres são aquelas cujas atribuições estão ligadas a habilidades de gerência, organização e cuidados, enquanto homens aparecem com mais frequência em funções relacionadas às técnicas especificamente audiovisuais, seja no manejo de equipamentos e máquinas, como é o caso da direção de fotografia, seja na condução de processos criativos/narrativos da obra audiovisual em geral (roteiro e direção). Tal fato parece apontar para um endossamento, no comportamento social, de uma certa imagem de mulher, já apontada no segundo volume de *O Segundo Sexo*, de Simone de Beauvoir, que reconhece que a construção do feminino independe da natureza biológica da mulher,

sendo um construto cultural que fixa significados para sua existência (relacionada à vida doméstica, cuidado e reprodução).

Em amplo estudo que realizou com mulheres trabalhadoras, a pesquisadora Tânia Mara Galli Fonseca busca desvelar o sentido atribuído àquilo que se consideram trabalhos femininos e revela como a naturalização de certos atributos de feminilidade explicitados como apropriados a determinadas funções ocultam não reconhecimentos de qualificação, sendo “processos de inversão e de ocultação [que] se efetivam por estarem apoiados em um plano imaginário e simbólico, estruturado e estruturante das várias crenças que desaguam no fenômeno da subordinação das mulheres aos homens, que as atinge ‘em cheio’ em qualquer das esferas de sua existência” (FONSECA 2000: 107). Ao examinar o discurso patronal na indústria têxtil, a autora encontra justificativas para o critério de definição de cargos próprios às trabalhadoras “[...] advindo de uma cultura sobre a mulher, que, quer ela queira ou não, se origina na própria casa, no cuidar dos filhos” (Ibid: 99). Ao contestar tal critério, Fonseca evidencia a diversidade entre as mulheres trabalhadoras, ressaltando a necessidade de desnaturalizar a inferiorização social do aprendizado de “tornar-se mulher” e reconhecer as demais qualificações adquiridas pelas trabalhadoras, não desprezando assimetrias dentre grupos diferentes de mulheres e suas relações com o mundo do trabalho, tornando claro que qualquer análise “fundada exclusivamente na categoria do gênero seria bastante apressada e de implicações discutíveis” (Ibid). No exame de mulheres em cargo de chefia, a autora nota que há pelos empregadores, uma recorrente atribuição de sucesso no cargo graças à facilidade em desempenhar certas atividades “naturalmente femininas”, ao que a autora argumenta:

A associação do desempenho de chefes-mulheres com atividades advindas da esfera da *nurturance* (cuidar e criar) e, logo, da esfera produtiva da família, pode ser objeto de consideração desde que seja articulada ao fato de que todas as chefes-mulheres estudadas mostraram-se altamente preparadas para o desempenho técnico de seus cargos. Enfatizar o predomínio do ser-mulher como predicativo exclusivo e fundante parece fazer parte de uma lógica de desvalorização da qualificação feminina, seja ela adquirida diretamente na experiência, seja através de fontes escolares. (Ibid: 99-100)

Diante do exposto, apresentamos a seguir um levantamento de parte da programação do Rio2C 2019 (Summit Rio2C by Meio & Mensagem e Conferência), apresentada no catálogo disponibilizado pela internet em rio2c.com/catalogo. Como dito anteriormente, a edição foi marcada pela presença de importantes espaços

dedicados à mulher na economia criativa. Em primeiro lugar é importante examinar a distribuição por gênero da equipe de curadoria, cuja curadoria geral esteve à cargo de uma mulher, a especialista em consultoria para o desenvolvimento de projetos culturais e programas audiovisuais, Carla Esmeralda.

Distribuição por gênero na curadoria			
	Homens	Mulheres	Total
Curadoria geral	0	1	1
Curadoria Música	1	0	1
Curadoria Brainspace	1	0	1
Curadoria Inovação	1	0	1
Conselho Audiovisual	11	6	17
Conselho Inovação	11	3	14
Conselho Música	4	1	5
Total	29	11	40

Tabela 01: Distribuição por gênero na curadoria em números totais, incluindo a curadoria geral; (fonte: <http://rio2c.com/catalogo>).

O Rio2C 2019 apresentou 100% de composição exclusivamente masculina nas curadorias por áreas, já os conselhos (todos mistos), se considerados em conjunto foram compostos por 28% de participação feminina e 72% masculina (Gráfico 01). O conselho que apresentou proporcionalmente a maior participação de mulheres foi o Conselho Audiovisual, com 35%. Esse número caiu para 21% no Conselho de Inovação e 20% no Conselho de Música (Gráfico 02).

Composição em Curadorias e Conselhos por áreas

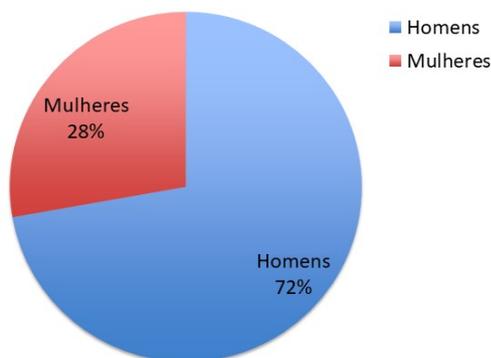
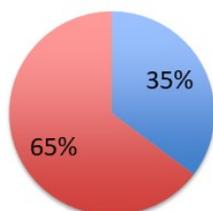


Gráfico 01: Composição percentual por gênero em curadoria e conselhos por áreas, excluindo a curadoria geral (fonte: <http://rio2c.com/catalogo>).

Composição nos Conselhos

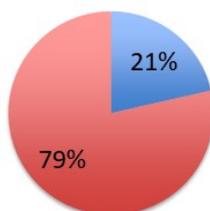
Conselho Audiovisual

■ Mulheres ■ Homens



Conselho Inovação

■ Mulheres ■ Homens



Conselho Música

■ Mulheres ■ Homens

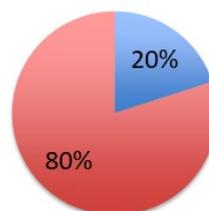


Gráfico 02: Composição nos conselhos por gênero (fonte: <http://rio2c.com/catalogo>)

Já na composição dos painéis notou-se, na soma total de participantes, 32% de presença de mulheres e 68% de homens (Gráfico 03), sendo importante notar que o levantamento não distingue palestrantes de apresentadoras (ou apresentadores).

Composição dos Painéis

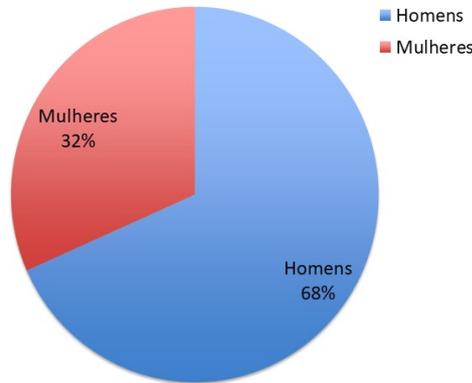
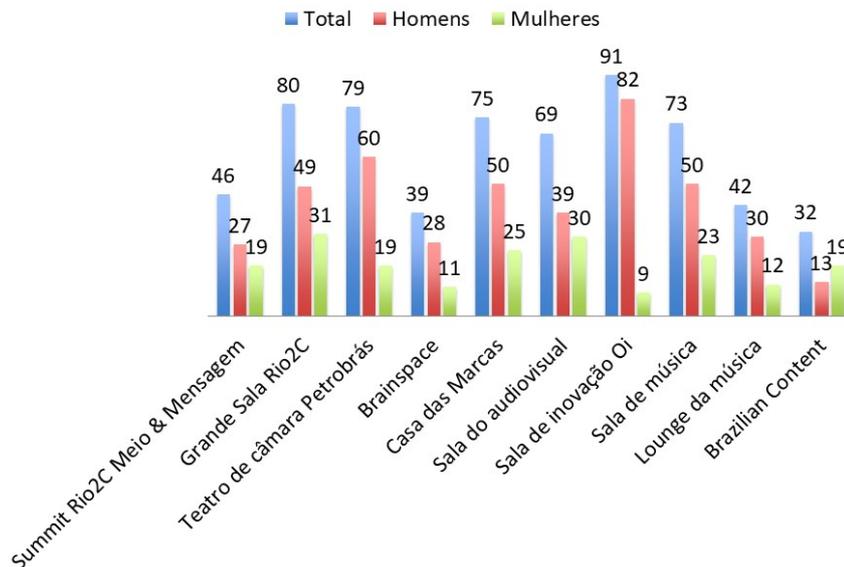


Gráfico 03: Participações em painéis por gênero; (fonte: <http://rio2c.com/catalogo>)

O destaque de participação feminina em números totais foi a programação da Grande Sala, com a participação de 31 mulheres em painéis. Por outro lado, a menor foi na Sala de Inovação Oi, com 9 mulheres compondo sua programação (Gráfico 04). Se analisada a proporção das presenças por gêneros nos painéis temos, em ordem decrescente de participação de mulheres: Brazilian Content 59%; Sala do Audiovisual 43%; Summit Rio2C by Meio & Mensagem 41%; Grande Sala Rio2C 39%; Casa das Marcas 33%; Sala da Música 32%; Lounge da Música 29%; Brainspace 28%; Teatro de Câmara Petrobrás 24% e Sala de Inovação Oi 10% (Gráfico 05).

Participação em Painéis por Eixo de Programação (Quantitativa)



Participação em Painéis por Eixo de Programação (Percentual)

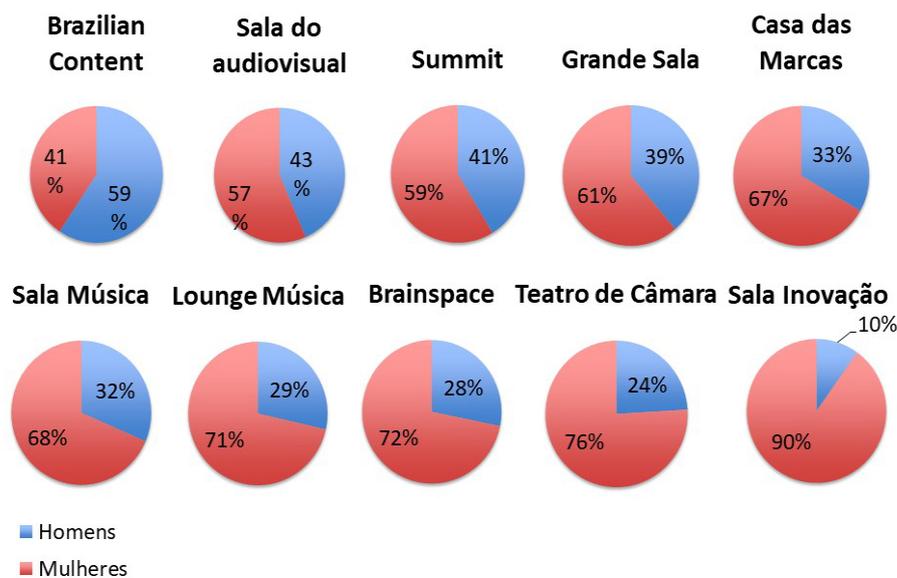


Gráfico 05: Participação percentual de gêneros em painéis por eixo de programação; (fonte: <http://rio2c.com/catalogo>)

Parece interessante destacar que as salas que apresentaram maior participação feminina em painéis são da área do audiovisual, área essa que vem sendo objeto de levantamentos de diversidade, como os produzidos pelo Grupo de Estudos Multidisciplinares da Ação Afirmativa (GEMAA) do Instituto de Estudos Sociais e Políticos da UERJ e pela Superintendência de Análise de Mercado da ANCINE.

Levantada a participação por gêneros nos painéis, interessou-nos examinar a composição dos mesmos

Os números apontam para uma proporção de 46% de painéis mistos, 43% de painéis compostos exclusivamente por homens e 11% de painéis compostos exclusivamente por mulheres (gráfico 06).

Proporção de Composição de Painéis

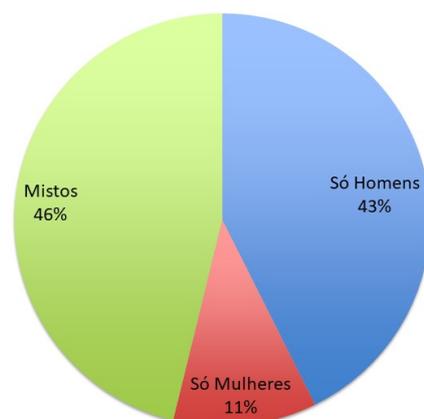


Gráfico 06: Composição percentual de gênero em painéis; (fonte: <http://rio2c.com/catalogo>)

Com apenas um painel composto exclusivamente por mulheres, foram identificados Grande Sala Rio2C; Teatro de Câmara Petrobrás; Sala de Inovação Oi; Sala de Música e Lounge de Música (Gráfico 07). O destaque para maior composição exclusivamente feminina em painéis ocorre no Brainspace, com 7 no total, sendo 6 individuais, que foram considerados para efeito deste levantamento como exclusivamente femininos. O levantamento não considerou a repetição de uma/um mesma/mesmo palestrante em painéis diferentes, computando-a/o a cada indicação de participação. A programação examinada apresentou 9 painéis individuais de mulheres e 30 de homens.

Composição de Painéis por Eixo de Programação (Quantitativa)

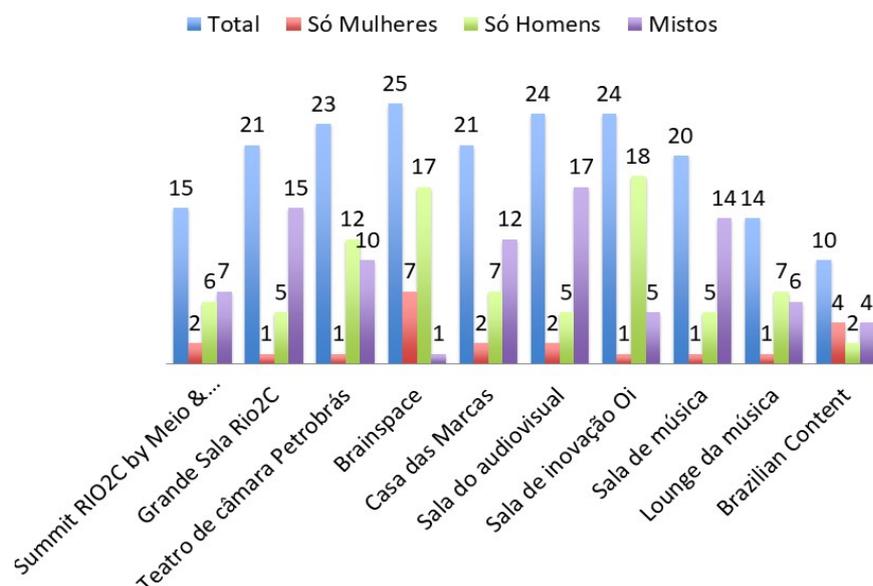


Gráfico 07: Composição por gênero em painéis por eixo de programação; (fonte: <http://rio2c.com/catalogo>)

Um segundo olhar para a composição dos painéis buscou analisar os títulos e ementas e, através da atribuição de palavras-chave, identificar painéis compostos exclusivamente por mulheres cujo recorte temático enfocasse especificamente a presença de mulheres em diferentes setores da economia criativa, ou se enquadrasse na esfera da *nurturance*, citada por Fonseca. Todos os painéis que incluíssem a palavra “mulher”, “feminino” ou outra palavra correlata (como “elas”) foi considerado feminino. Considerou-se também o tema da “família” como pertencente a esse universo, sendo desta esfera que se desdobram os comportamentos naturalizados como femininos.

Temas de painéis compostos exclusivamente por mulheres			
Nome do painel	“Feminino”	“Universal”	Palavras-chave
A tradicional família Brasileira	1	0	Família
Geração Terabyte	0	1	Comportamento
Por elas, com elas, para elas	1	0	Mulheres e AV
Théâtre du Soleil	0	1	Teatro
VR & Psiquiatria (Individual)	0	1	VR e Psiquiatria
Aprendizagem social e emocional (Individual)	0	1	Educação e Bem- Estar
A ciência da meditação (Individual)	0	1	Meditação
Plasticidade do cérebro - Representação corporal (Individual)	0	1	Educação e Neurociência
Mindfulness: Creative get Together (Individual)	0	1	Bem-Estar

Meditação e Inovação	0	1	Meditação e Inovação
Imagens do cérebro (Individual)	0	1	Neurociência
Neurociência do consumo	0	1	Neurociência e Consumo
Criatividade Palavra do Gênero Feminino	1	0	Mulheres e Criatividade
Arte da direção	0	1	Direção AV
Doc & Impacto Social	0	1	Documentário, Causas sociais
A identidade feminina no ato de criação	1	0	Identidade feminina
Rock in Rio	0	1	Festival de Rock
O futuro é agora. Um olhar sobre o direito autoral no Streaming. (Individual)	0	1	Direito autoral
Mulheres no Audiovisual	1	0	Mulheres e AV
Projeto Paradiso apresenta Prêmio Diadorim	1	0	Mulheres e AV(roteiro)
China: Estudo APEX Brasil (Individual)	0	1	Mercado AV China
Desafios Tributários das Coproduções Internacionais (Individual)	0	1	Coprodução, Tributos AV
Total	6	16	

Tabela 02: Temas de painéis compostos exclusivamente por mulheres; (fonte: <http://rio2c.com/catalogo>)

De acordo com os critérios expostos, identificamos, nos painéis compostos exclusivamente por mulheres, 16 painéis de temas considerados “universais” e 6 abordando temas que poderiam ser incluídos, seja no debate da equidade de gêneros, seja em um conjunto de práticas culturalmente atribuídas às mulheres, classificados no quadro como temáticas “femininas”⁴. Importante frisar que o fato dos painéis abordarem tais temas não significa que o debate ocorrido tenha necessariamente endossado a naturalização e consequente desvalorização da esfera da *nurturance*. O que se notou nos painéis que pudemos acompanhar, foi o posicionamento consciente das debatedoras sobre problemas de tal naturalização/desvalorização e do consequente empecilho que esta visão limitadora da mulher representa para a equidade de gênero em todas as esferas da sociedade.

Este foi o caso do painel “Mulheres no Audiovisual” do Brazilian Content, moderado por Débora Ivanov, que contou com a participação de Bárbara Sturm, Malu Andrade, Mariana Youssef, Solange Cruz e Laís Bodansky. Mencionando em sua fala a primeira reunião Mulheres no Audiovisual ocorrida em 2015 na Spcine, Laís lembrou que o momento atual não é mais de diagnósticos ou lamentações, mas de

⁴ Num maior alargamento da esfera da *nurturance* como critério de classificação seria possível enquadrar nas temáticas “femininas” painéis em torno de Bem-Estar ou Causas Sociais, optou-se por não fazê-lo, evitando-se uma superestimação dos temas “femininos” nos painéis compostos por mulheres.

ações efetivas que proporcionem mudanças de impacto para a equidade de gênero no audiovisual. Baseando-se em dados internacionais e nacionais de participação de mulheres em equipes de cinema e em premiações internacionais, Bárbara Sturm apresentou o selo Elas que busca modificar a baixa presença de mulheres realizadoras nos filmes lançados comercialmente em salas de exibição do Brasil. Já Mariana Youssef apresentou dados de levantamento próprio que revelam uma presença ainda menor de mulheres à frente da direção de filmes publicitários, com especial destaque para produtos que tradicionalmente envolvem orçamentos mais altos – coincidentemente (ou não), considerados “masculinos”, como automóveis ou cerveja, onde a participação de mulheres na direção chega a menos de 4%. Youssef é embaixadora no Brasil da iniciativa internacional *Free the Bid*⁵. Solange Cruz apresentou a WAWA – Worldwide Audiovisual Women’s Association, plataforma global de colaboração e conexão de mulheres da indústria audiovisual. Já Malu Andrade relatou o surgimento do grupo Mulheres do Audiovisual Brasil (que hoje conta com mais de 19 mil inscritas no Facebook) e do Prêmio Diadorim – Programa de apoio a roteiristas mulheres, organizado pelo grupo em parceria com a Imprensa Mahom e o Projeto Paradiso, cuja vencedora foi apresentada na ocasião: A realizadora negra Ana Julia Travia foi a selecionada dentre as 77 proponentes habilitadas, sendo 11 autodeclaradas negras. A moderadora Débora Ivanov foi homenageada pelas diversas ações favoráveis à equidade de gênero realizadas em sua atuação no audiovisual e recebeu um longo aplauso da audiência. Após o painel as mulheres se reuniram na escadaria ao lado da sala para um registro fotográfico publicado em diversas páginas de Facebook com a hashtag #juntaspeloaudiovisual.

Já em “A Tradicional Família Brasileira”, painel composto por Denise Gallo, Flávia Campos, Thais Fabris e Ana Cortat, se discutiu o comportamento do mercado publicitário diante da mudança na estrutura familiar brasileira, e Flavia Campos (Diretora geral de planejamento da Artplan SP e líder do Comitê de Diversidade da Artplan) conclamou para mudanças de comportamento e posicionamentos claros da indústria de propaganda que, durante décadas

Legitimou o machismo, menosprezou a força, o valor e a inteligência das mulheres, ridicularizou gays e lésbicas, constrangeu mães separadas ou solo”, negando configurações familiares fora do “modelo tradicional”. Ignorou a existência de negros e

⁵ Iniciativa que propõe a inclusão de ao menos um orçamento de diretoras mulheres na tomada de preços por agências de publicidade

negras e excluiu milhares de pessoas com padrões de beleza que escravizam, sobretudo, as mulheres. CAMPOS, 2019.

O espaço mais nobre da conferência, a Grande Sala Rio2C apresentou uma homenagem à cantora negra Elza Soares e em seguida o painel “Por Elas, Com Elas e Para Elas”. Com moderação de Aline Midlej, o painel começou com Maria Camargo apresentando sua experiência como roteirista da minissérie Assédio, cuja equipe de criação contou com grande participação de mulheres e aborda os casos de abusos sexuais por um médico renomado. Glenda Kozlowski falou de sua experiência na cobertura de esporte, uma área ainda muito marcada pelo machismo. Astrid Fontenelle lembrou que quando iniciou sua carreira no jornalismo presenciou um processo de “masculinização” de muitas mulheres jornalistas numa tentativa de adequação a padrões impostos na área. Renata Boldrini ressaltou a qualidade de diretoras atuantes no cinema nacional e Taís Araújo e Andrea Horta lembraram da importância do processo de conscientização de atrizes sobre os papéis que desempenham em obras audiovisuais ao evitarem a estereotipagem de personagens femininas e garantirem espaços de destaque para atrizes negras historicamente afastadas de papéis de protagonismo na televisão e no cinema. Marcada por relatos pessoais, por vezes emocionados, como o de Kozlowski, o painel se alinha a uma abordagem de temas própria ao feminismo que incorpora a perspectiva social própria à experiência das mulheres.

Os espaços Casa das Marcas e Sala de Inovação Oi também apresentaram painéis focados na participação de mulheres na economia criativa, intitulados “Criatividade Palavra do Gênero Feminino” e “A Identidade Feminina no Ato de Criação”.

Merece destaque a grande presença com mulheres palestrantes (individuais) no Brainspace, com sete painéis exclusivamente femininos, cujas temáticas foram classificadas perante o critério apresentado como “universais”. Interessante notar a presença marcante de pesquisadoras (e pesquisadores) de áreas científicas como biologia, neurologia e saúde neste eixo, parecendo refletir a grande presença de mulheres nas universidades que, segundo Censo da Educação Superior de 2016 chegou a 57,2 %⁶. Da mesma forma, a alta presença de mulheres em painéis

6 Informação disponível no site do INEP. < http://portal.inep.gov.br/artigo/-/asset_publisher/B4AQV9zFY7Bv/content/mulheres-sao-maioria-na-educacao-superior-brasileira/21206>. Acesso em 26 de junho de 2019.

classificados como “universais”, enfocando áreas ou temas desvinculados de especificidades “femininas” evidenciam as qualificações para desempenhos técnicos de suas atividades, ressignificam os lugares das mulheres no arranjo produtivo da sociedade, uma vez que não apresentam a marca daqueles traços distintivos fixados e naturalizados como “o feminino”.

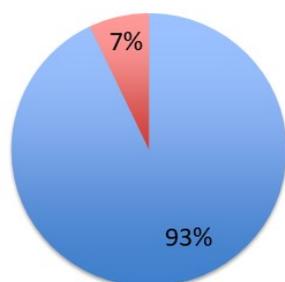
Para questionar, no seio dos estudos feministas, as categorias que fixam a experiência da mulher e reivindicar, no exame das relações de gênero a interseccionalidade de raça e classe, o feminismo negro nos alerta para o fato de que mulheres negras e trabalhadoras nunca foram “meras donas de casa” e enfrentam, portanto, estruturas de opressão sobrepostas de acordo com categorias distintas que precisam ser examinadas. À luz de tal crítica faz-se necessário no presente estudo examinar a presença da mulher negra no segmento analisado da programação do Rio2C 2019. Procedendo a uma análise das fotografias constantes no catálogo, realizou-se uma avaliação do fenótipo das palestrantes⁷ e foram identificadas 14 mulheres negras participantes de painéis no recorte de programação analisado. Se relacionada essa participação com o número de mulheres não negras em painéis (184) verifica-se uma participação de 7% de negras no universo total de mulheres analisado (Gráfico 08), o que não deveria parecer natural em um país cuja população é composta por aproximadamente 51,5 % de mulheres e 54% de pessoas negras (ANCINE, 2018:8).

7 A presente pesquisa baseou-se na metodologia classificatória de heteroidentificação, seguindo o procedimento adotado pelos pesquisadores da Ancine na elaboração do informe de diversidade de 2016 (ANCINE 2018). No entanto, por se tratar de uma pesquisa elaborada individualmente, a classificação baseou-se em determinação de apenas uma pesquisadora. Da mesma forma, optou-se por seguir “a nomenclatura mais comumente utilizada em pesquisas com recorte racial no Brasil, convencionou-se chamar de pessoas negras o conjunto de pessoas pretas e pardas, segundo a classificação do IBGE. De maneira a tornar as conclusões alcançadas mais resistentes ao ceticismo, foi praticada análise conservadora na identificação de raça dos profissionais pesquisados. Ou seja, quando houve dúvida sobre a cor do observado, optou-se pela opção mais escura. Isto é, se há alguma distorção no diagnóstico resultante, ela se dá no sentido de aumentara presença de pretos e pardos e não de subestimá-la.” (ANCINE, 2018: 6-7).

Participação de Mulheres Negras

Mulheres por cor/raça

■ Brancas ■ Negras



Mulheres negras

■ Total não negras ■ Mulheres negras

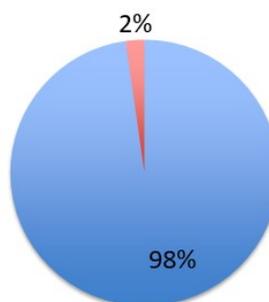


Gráfico 08: Participação percentual de mulheres por cor/raça; (fonte: <http://rio2c.com/catalogo>)

O presente estudo apresentou números da presença feminina em um recorte da programação do Rio2C 2019 e buscou relacioná-los a dados de equidade de gêneros no cinema brasileiro em particular e no mercado de trabalho do Brasil em geral. Buscou-se um breve diálogo com estudos feministas no sentido de problematizar sentidos previamente fixados à participação da mulher na esfera social e produtiva, bem como alertar para invisibilizações da complexidade das interseccionalidades nas opressões estruturais a diferentes grupos de mulheres. Os números expostos evidenciam que, ainda que em proporções menores que a participação de mulheres e negros, tanto na constituição da população, quanto da economia brasileira, houve presença qualificada de mulheres em diversos espaços do Rio2C. Já baixa percentagem da presença feminina em geral e da mulher negra em particular nos painéis analisados revela importantes processos estruturais que reduzem as oportunidades desses grupos e podem apontar caminhos para se avançar ainda mais no enfrentamento de tais questões.

Referência Bibliográfica

- ANCINE, Observatório do Cinema e do Audiovisual. Participação Feminina na Produção Audiovisual Brasileira (2015). Publicado em 30/03/2017
- ANCINE, Observatório do Cinema e do Audiovisual. Participação Feminina na Produção Audiovisual Brasileira (2016). Publicado em 30/03/2017
- ANCINE, Observatório do Cinema e do Audiovisual. Estudo Emprego no Setor Audiovisual. Estudo Anual 2017. Publicado em 21/06/2017.
- ANCINE, Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. Informe de Mercado: Diversidade de Gênero e Raça nos Longas-Metragens Brasileiros Lançados em Salas de Exibição 2016. Publicado em 01/06/2018.
- CAMPOS, Flávia. Estou falando com todos nós e espero não estar falando sozinha. Meio & Mensagem | Rio Creative Conference. Disponível em <<http://rio2c.meioemensagem.com.br/noticias2019/2019/04/25/estou-falando-com-todos-nos-e-espero-nao-estar-falando-sozinha/>>. Acesso em 27 de maio de 2019.
- FONSECA, Tania Mara Galli. Gênero, subjetividade e trabalho. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- IBGE, Coordenação de População e Indicadores Sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira. Rio de Janeiro: IBGE, 2015
- MEIR, Jacques. Equidade de gênero: as mulheres que agem como agentes de mudança. Consumidor Moderno. 20/06/2018. Disponível em <<https://www.consumidormoderno.com.br/2018/06/20/mulheres-agentes-mudanca/>>. Acesso em 13 de maio de 2019.
- SARMET, Érica; TEDESCO, Marina. No Cinema. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org). Explosão feminista. São Paulo, Companhia das Letras, 2019.