

Boletim Observa Gênero

Nesta edição apresentamos um artigo que levanta algumas questões sobre o papel das mulheres na economia criativa.

Tendo em vista as possibilidades e a amplitude do tema escolhemos o contexto do mercado cinematográfico brasileiro. Pois, embora seja um meio onde tenha crescido a presença das mulheres nos últimos anos, ainda não há a efetiva inserção delas.

ECONOMIA DA CULTURA, A PARTICIPAÇÃO DAS MULHERES E A PRODUÇÃO CINEMATOGRÁFICA NO BRASIL

Na contemporaneidade as mulheres ainda enfrentam dificuldades para a inserção profissional, resistências quanto à equiparação salarial e menos oportunidades de acesso à determinadas carreiras. Essas ausências refletem evidentemente em outros campos; é na pesquisa sobre o tema, na produção de indicadores e dados que tem o potencial de construir cenários a respeito da situação das brasileiras que essa representação também emerge.

Para além da baixa participação das mulheres em sistemas de poder, instâncias de decisão e ambientes corporativos, há lugares a serem ocupados relacionados ao desenvolvimento econômico; entre eles, o sistema da cultura. O segmento cultural como integrante da economia tem uma fatia de trabalho particular denominada como economia da cultura ou criativa, que resulta na indústria criativa, integrada por áreas de consumo, cultura, mídia e tecnologia.

Tendo em vista a amplitude do tema, os significados da palavra *cultura*, e as possibilidades de discutir a inserção das mulheres optamos por analisar o que está relacionado à economia criativa, setor que cresce e considerado um meio de desenvolvimento em vários países, além de ser o foco de programas e políticas desenvolvidas por organismos internacionais.

O objetivo deste artigo é levantar algumas questões sobre a participação das mulheres em uma atividade particular dessa economia que é o setor audiovisual. Essa

escolha se justifica tendo em vista a ainda pequena produção de pesquisas e material disponível para avaliar o papel das brasileiras nesse setor.

Se as práticas culturais são expressões do viver e pensar humanos, de seus valores e hábitos cotidianos, se refletem suas idiossincrasias, é seguro afirmar que as desigualdades sociais, de raça/etnia, gênero, orientação sexual, entre outras estão inevitavelmente representadas na produção artística sendo, portanto, também reprodutoras dessas desigualdades. (LIMA, 2015 p. 2).

Então, se as práticas no segmento da produção cultural são, portanto, reprodutoras das desigualdades e preconceitos engendrados na sociedade (LIMA, 2015 p. 2), tratar da temática das mulheres e dos papéis que ocupam na esfera cultural é tarefa complexa. Isto porque, se há poucas pesquisas e números que configuram a cultura como ambiente econômico e em desenvolvimento no Brasil, será igualmente difícil encontrar a representação feminina.

ECONOMIA DA CULTURA

O conceito economia da cultura (*cultural economy*) foi criado na década de 1960 e desde então é utilizado em pesquisas acadêmicas, relatórios e

projetos, com foco na avaliação de mercados de trabalho, subvenção governamental, evolução do consumo, custos da proteção ao patrimônio, e “ [...] analisados a partir das realidades nacionais e da subdivisão clássica do campo artístico por grandes gêneros (ou linguagens), como artes visuais, livro, literatura, cinema e audiovisual, patrimônio histórico.” (DURAND, 2013, p. 163). O uso do conceito no Brasil foi aplicado durante um período “de forma restrita e equivocada” (idem, 2013, p. 123).

Durand explica que uma das motivações para o que considera como restrição do termo internamente foi o relançamento da lei de incentivo fiscal à cultura, pelo ministro Rouanet, em 1991, quando a economia da cultura era reduzida e relacionada ao impacto numérico e quantitativo dos resultados de projetos. Além disso era uma métrica para quanto à audiência, inserções na mídia local e regional em veículos impressos, rádio e televisão. Significava apenas uma representação, uma demonstração de que o investimento era revertido em dados visíveis e passíveis de serem apurados. Uma maneira de demonstrar o impacto dos investimentos. Uma questão de liquidez. Nesse sentido era fundamental a criação de outros instrumentos que pudessem configurar como setor econômico, a cultura e todas as realizações.

Uma questão de liquidez. Nesse sentido era fundamental a criação de outros instrumentos que pudessem configurar como setor econômico, a cultura e todas as realizações.

Mas a realidade acabou impondo a consciência de que o desenvolvimento da economia da cultura, na amplitude teórica e empírica que ela

tem nos países avançados, exigia que se começasse por criar uma adequada infraestrutura de informação. (DURAND, 2013, p. 124)

Um dos primeiros resultados dessa necessidade de ordenar a cultura como parte da economia foi o convênio entre o Ministério da Cultura (MINC), com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e Instituto de Pesquisa econômica Aplicada (IPEA), a partir de 2004.¹

De modo criterioso e conseqüente começaram a ser integrados muitos indicadores provenientes de vários levantamentos e recenseamentos, publicando-se dados acerca de equipamentos culturais domiciliares, dispêndio familiar em cultura, gastos dos três níveis de governo, entre outros [...] (DURAND, 2013, p. 124).

A partir do século XXI o surgimento do termo economia criativa (*creative economy*) passa a considerar outros objetos culturais e serviços, antes não conceituados como culturais: *softwares, games, programação de rádio e televisão, desenho industrial e moda*, são alguns deles. O substantivo criativa foi incluído em atividades industriais, artesanais, comerciais e de serviços (DURAND, 2013, p. 163).

1. Os indicadores, foram calculados “para permitir desagregações e a indispensável comparabilidade internacional de dados.” (DURAND, 2013, p. 124).

2. O responsável por essa reclassificação é o *Department for Culture, Media and Sports (DCMS)*, órgão do governo inglês. A instituição considera como criativas as indústrias que tem sua origem no talento, habilidade e criatividade individuais e com potencial para a criação de riqueza. (DURAND, 2013, p. 163).

As atividades culturais, como qualquer outra atividade econômica, dependem de esforços e investimentos públicos e privados, que ampliam a capacidade de o país gerar bens e serviços que, por um lado, serão apropriados pela sociedade, e, por outro, geram emprego e renda durante seu processo produtivo. (FGV PROJETO, 2015, p. 10)³

E se o conceito foi sendo ampliado e passou a adquirir outros sentidos e importância, foi necessário criar outras maneiras de dimensionar, avaliar e compreender a dimensão dessa indústria emergente.

Indicadores Culturais

Segundo o IBGE, desde a década de 1970, a Unesco estabeleceu um novo marco conceitual para a produção de estatísticas culturais, baseada no conceito originário da indústria cultural, incorporando a dimensão do patrimônio histórico e foram consideradas as categorias dos impressos e literatura; música e artes cênicas; artes visuais; meios de comunicação audiovisuais, cinema e fotografia; atividades socioculturais, como, por exemplo, vida associativa, familiar, acesso a equipamentos socioculturais, jogos e esportes; e preservação do meio ambiente e natureza (IBGE, 204, p. 9). O [Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas](#)

Estaduais - Estadoc 2014 e da Pesquisa de Informações Básicas Municipais - Munic 2014 representa uma dessas iniciativas com a missão de mapear e retratar esse cenário específico.

O conjunto de informações, conforme o IBGE (2015, p. 5), tem como objetivo:

[...] contribuir para o processo de construção de um sistema de indicadores sobre a cultura, permitindo, assim, um maior conhecimento da atividade, fornecendo subsídios para o planejamento e a formulação de políticas, visando à adoção de um novo padrão de desenvolvimento. O objetivo é o de propiciar políticas públicas capazes de melhorar a qualidade de vida da população por meio de atividades culturais, artísticas, sociais e recreativas.

Enfim, são informações que podem contribuir para o entendimento dessa economia da cultura, incrementar políticas públicas e subsidiar também interessados em apoiar e patrocinar atividades culturais.

Além disso, foi interessante perceber que a pesquisa reconhece a relevância do tema da diversidade cultural e buscou encontrar indicadores da maneira como as localidades apoiam ou fomentam iniciativas nesse campo.

Na edição de 2014 procurou “capturar o olhar e a ação das gestões municipais e estaduais sobre segmentos expressivos da diversidade em nosso País”⁴ Os dados da

3. A citação é referente à publicação “ A cultura na economia brasileira”, uma análise socioeconômica do setor cultural a partir do conceito de economia da cultura “como campo no qual se entrecruzam setores da economia criativa com outros setores culturais que não necessariamente envolvam atos criativos.” (FGV Projeto, 2015, p. 13). O estudo procura compreender as dimensões relativas ao orçamento público, mercado de trabalho e consumo.

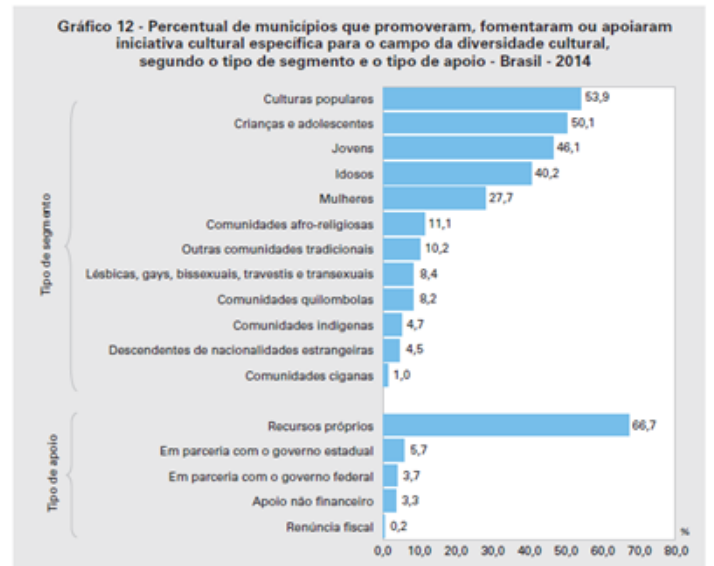
4. Todos os estados responderam positivamente sobre o apoio ou fomento a iniciativas no campo da diversidade cultural, tendo sido considerados 13 segmentos específicos. As culturas populares estão presentes para as políticas das 27 Unidades da Federação, seguidas pela atenção às comunidades

diversidade cultural, segundo o tipo de segmento são divididos em: culturas populares, comunidade indígenas, comunidades afro-religiosas, comunidades quilombolas, crianças e adolescentes, jovens, outras comunidades tradicionais, pessoa com deficiência, lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais, mulheres, idosos, comunidades de descendentes de nacionalidades estrangeiras, comunidades ciganas.

A análise diz que 12 estados fomentam atividades para lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais: Acre, Pará, Amapá, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Bahia, Rio de Janeiro, São Paulo, Santa Catarina, Mato Grossos do Sul e Distrito Federal; e 12 estados com foco no público de mulheres: Pará, Amapá, Piauí, Rio grande do Norte, Pernambuco, Bahia, São Paulo, Paraná, Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso e Distrito Federal. As iniciativas culturais específicas para o segmento mulheres equivale a 27,7 %.

A pesquisa revela que o apoio à cultura popular, crianças e adolescentes e jovens formam o ponto de convergência nas políticas de diversidade cultural de estados e municípios. Grande parte dos municípios apoia políticas relacionadas à diversidade, sendo 66,7% com apoio financeiro direto.

indígenas (20), afro-religiosas (20), quilombolas (19), crianças e adolescentes (18), jovens (18) e outras comunidades tradicionais (14). Os estados que atingem uma maior quantidade de segmentos são: São Paulo (13), Rio Grande do Norte (12), Piauí e Rio Grande do Sul (11), Amazonas, Bahia e Mato Grosso do Sul (10). (IBGE, 2014, p. 51).

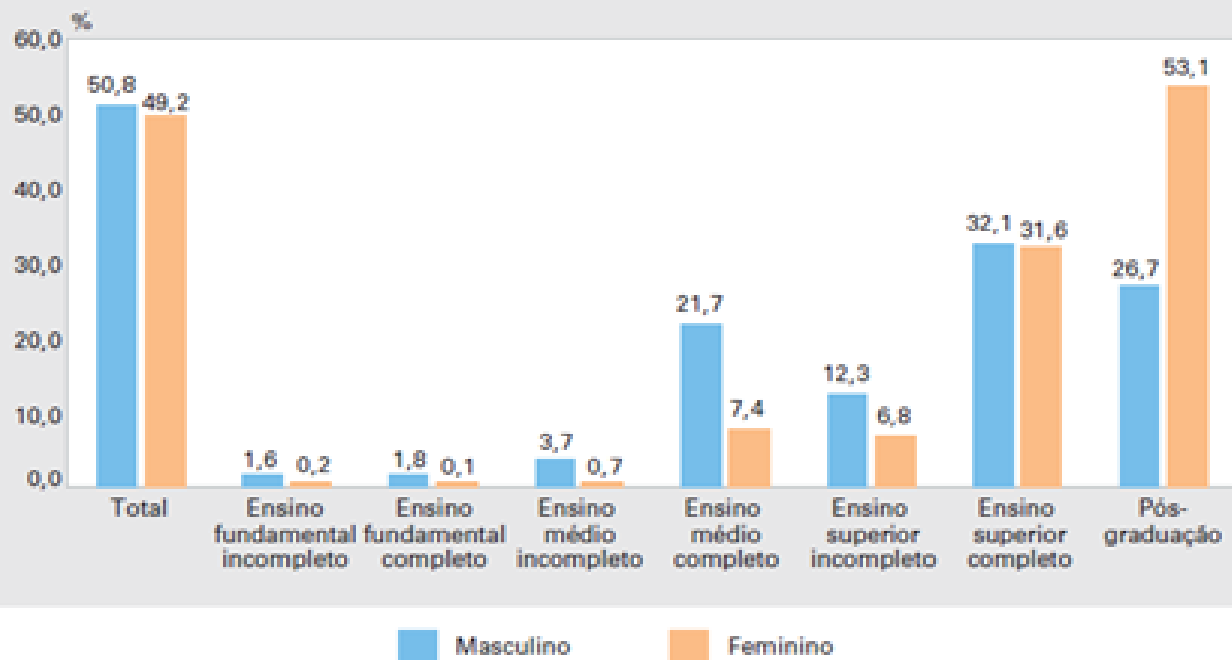


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2014.

Quanto ao perfil dos/as gestores/as e recursos humanos que atuam, o IBGE mostra a distribuição no que diz respeito ao sexo e escolaridade: 19 Unidades da Federação com gestores do sexo masculino e com ensino médio completo (1), ensino superior completo (8) ou pós-graduação (10), e nas demais 8 Unidades, gestoras do sexo feminino com ensino superior completo (3) e pós-graduação (5). (IBGE, 2014, p. 30).

Com relação ao sexo e escolaridade dos/as gestores/as municipais, 50,8% (2.269) dos/as gestores/as eram do sexo masculino; e 49,2% (2.582) do sexo feminino. Os/As gestores/as com ensino superior completo ou pós-graduação apresentavam os maiores percentuais tanto para o sexo feminino como para o masculino. Dos gestores do sexo masculino, 21,7% (580) tinham ensino médio completo, 32,1% (858) ensino superior completo e 26,7% (712) pós-graduação. Com relação às gestoras, 31,6% (816) tinham ensino superior completo e 53,1% (1 372) pós-graduação (IBGE, 2014, p. 30).

Gráfico 2 - Percentual de gestores municipais da cultura, por sexo, segundo a escolaridade - 2014



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2014.

MULHERES, MERCADO E CINEMA

Neste artigo nossa proposta é analisar a participação feminina em uma das instâncias da economia criativa e que está em evolução no país na última década, que é o setor audiovisual. Apresentamos anteriormente a pesquisa do IBGE no sentido de demonstrar que a pesquisa e a análise da realidade dos municípios brasileiros é necessária também para a compreensão da atuação das mulheres no segmento cultural.

Segundo o [Mapeamento da Indústria Criativa](#), o mercado formal de trabalho na indústria criativa nacional é composto por 892,5 mil profissionais formais. Entre 2004 e 2013, houve alta de 90%, bem acima do avanço de 56% do mercado de trabalho brasileiro nesse período. Percebe-se que esse mercado se expandiu não apenas em números absolutos, mas em termos relativos já que a participação da classe criativa no total de trabalhadores formais brasileiros alcançou, conforme a pesquisa, 1,8% em 2013, ante 1,5% em 2004. Houve um crescimento relevante nas quatro grandes áreas criativas consideradas pela FIRJAN(2014, p. 11): Tecnologia (+102,8%), Consumo (+100,0%), Mídias (+58,0%) e Cultura (+43,6%).

Isso significa que esta indústria foi responsável pela geração de mais de 420 mil empregos nos últimos dez anos, uma alta de 90%, bem acima do avanço de 56% do mercado de trabalho brasileiro nesse período. Mas quantos desses postos foram ocupados por mulheres?

Infelizmente cabe destacar que se trata de mais uma publicação que não estuda o mercado de trabalho mostrando o

diferencial entre homens e mulheres. Ao contrário, em todas as referências à força de trabalho o termo referido é o masculino: *trabalhadores, museólogos, programadores, artesãos, engenheiros, arquitetos, músico, apresentador de evento, publicitários, diretor teatral, enólogo, produtor cultural, bailarino, compositor, professor de dança*. Aparentemente, para esse instrumento as mulheres não existem. O que dificulta, mais uma vez, a compreensão do cenário de trabalho, atuação e posição das mulheres nessa indústria criativa.

De acordo com o [Censo da Educação Superior/INEP](#) (2015) em seu Resumo Técnico, os cursos relacionados às artes registram, em média, 55% de matrículas e ingressos pelas mulheres; e 57,5% de concluintes de graduação entre elas. A referida área do conhecimento não se encontra entre as mais procuradas pelas mulheres, mas revela que destina ao mercado de trabalho profissionais aptas a atuar no segmento que estão sendo invisibilizadas, estatisticamente, em registros e publicações, e, formalmente, em espaços laborais.

A edição 2014 do [Mapeamento](#) segundo a FIRJAN, “celebra os dez anos desta Indústria no Brasil.” O objetivo é atualizar as estatísticas e analisar a evolução da Indústria Criativa brasileira na última década. Entretanto, essa atualização não contemplou o desempenho das mulheres nesse mercado de trabalho, já que não apresenta dados desagregados por sexo.

A primeira é a ótica da produção, que lança um olhar sobre as empresas criativas - que não

necessariamente empregam apenas trabalhadores criativos em seus quadros. A segunda ótica é a do mercado de trabalho, ou seja, dos profissionais criativos, independentemente do lugar onde trabalham, seja na indústria criativa, na clássica, ou em qualquer outra atividade econômica. (2014, p. 4).

Sobre o setor de audiovisual, destaca o crescimento nos últimos anos, motivado pelas novas tecnologias e a multiplicação das plataformas de distribuição do conteúdo, pela criação do Fundo Setorial do Audiovisual e a promulgação da Lei 12.485 em 2011 que consolidou políticas estratégicas (FIRJAN, 2014, p. 35).

O **Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro**, publicação da Agência Nacional de Cinema - ANCINE e elaborada pela Superintendência de Análise de Mercado (SAM) é um instrumento com o objetivo de ampliar a divulgação e salvaguarda dos dados estatísticos oficiais do mercado cinematográfico brasileiro e a preservação da memória estatística do cinema nacional. O Anuário foi criado com o objetivo de oferecer um panorama do setor de audiovisual no país. A edição apresenta dados inéditos produzidos no âmbito do Estado brasileiro nas últimas décadas, com referência a público por estado, município e complexo exibidor,⁵ além de informações em bases internacionais relacionadas à produção e mercado audiovisual. Em 2014 o mercado cinematográfico brasileiro

5. As fontes dessa edição são: Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição (SADIS), Sistema ANCINE Digital (SAD), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Banco Central do Brasil, Observatório Europeu do Audiovisual, *Box Office Mojo Focus 2015 - World Film Market Trends*.

ultrapassou a marca de 155 milhões de ingressos vendidos, com renda bruta de quase 2 bilhões de reais.

Dos 2.606 produtos audiovisuais que tiveram seus Certificados de Produto Brasileiro (CPB) emitidos em 2015, apenas 19% foram dirigidos por mulheres e 23% tiveram uma mulher como roteirista (GONZATTO, 2016). Esta não é uma realidade exclusiva do cenário brasileiro. Relatório divulgado em 2014 pelo Instituto **Geena Davis** mostra o resultado da avaliação da produção cinematográfica de 11 países.

A amostra de filmes analisada, 9,1% dos filmes foram dirigidos por mulheres na Índia, 16,7% na China e 8,3% na Austrália. Um pesquisa feita no mesmo período na Alemanha, a "Erster Regie-Diversitätsbericht des BVR 2010-2013", diz que entre os filmes lançados em salas de cinema do país no período, apenas 22% foram dirigidos por mulheres. Se levarmos em conta apenas as produções para salas de exibição, também se chega no Brasil a 22% de diretoras nos filmes lançados em 2015 (GONZATTO, 2016).

Dentre o universo apresentado no Anuário selecionamos alguns indicadores relacionados à participação das mulheres. Um deles reflete a inserção das mulheres no mercado particular de direção em longas-metragens no circuito comercial brasileiro.

Outro item se refere ao gênero, as obras dirigidas por mulheres são minoria entre os filmes lançados. Observamos que em referência ao ano pesquisado, não há registro de mulheres em direção de filmes de animação. Quando se trata de produção executiva, o quadro é um pouco melhor: a pesquisa ANCINE aponta que a função foi

exercida em 41% dos filmes produzidos em 2015 por mulheres.

As obras dirigidas por mulheres são minoria entre os filmes lançados: dos 114 títulos do ano, 99 foram dirigidos por homens, o que representa 86,8% do total. Entre os dirigidos exclusivamente por mulheres – 11 – a maior parte foi de documentários (6). Entre os títulos com direção masculina, a maior parte é de ficção, com 66,7%. O quadro mostra outras características, como os filmes com direção mista que equivalem a 3,5 %.

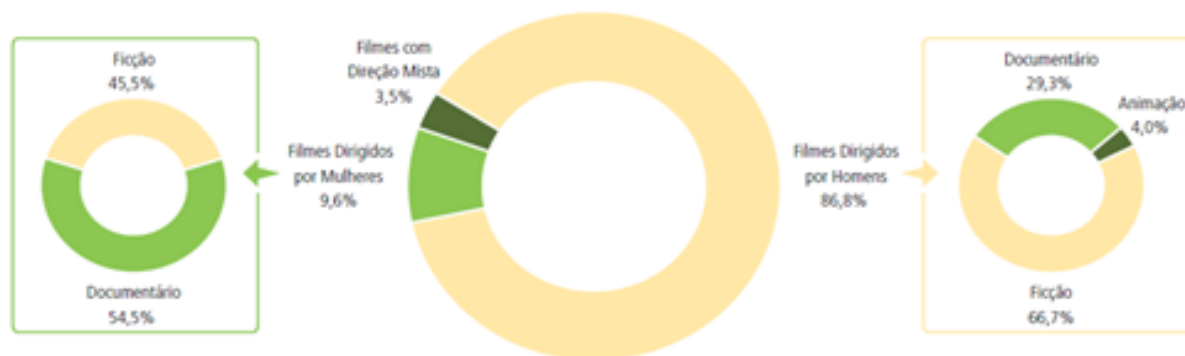
Além da constatação da pequena participação das mulheres, conforme o gráfico, nas categorias analisadas pelo anuário, percebemos que o instrumento não apresenta uma desagregação do item “público”, então não é possível saber quais são os números da audiência feminina.

O documento não apresenta informações sobre a participação de mulheres nas áreas de produção, maquiagem, figurino e demais processos que integram a produção cinematográfica.

15 TÍTULOS BRASILEIROS LANÇADOS POR CATEGORIA DE DIREÇÃO EM LONGAS-METRAGENS NO CIRCUITO COMERCIAL BRASILEIRO



17 TÍTULOS BRASILEIROS LANÇADOS POR GÊNERO DO CINEASTA



Percebemos a ausência de dados referente à produção propriamente dita, isso significa que não é possível identificar, no anuário, dados sobre a atuação na produção, *casting*, maquiagem, divulgação, enfim, nas etapas e processos necessários para a produção de um filme. No [Observatório Brasileiro](#) do Cinema e do Audiovisual há dados sobre o mercado, estatísticas e mapeamento do setor brasileiro.

A realidade apresenta outras faces, como no caso da cineasta brasileira Vera Egito (RACY, 2016). diretora do longa “Amores Urbanos,” e que teve a sua equipe quase toda composta por mulheres.

Não fiz questão. E isso é que foi bonito. Só me dei conta quando a equipe já estava formada. Aconteceu o mesmo que acontece com os homens diretores: eles chamam os brothers deles. Eu fiz o mesmo, só que no meu caso são “manas”, não são brothers. Chamei as minhas parceiras, minhas amigas. Que também são grandes profissionais. Quando olhei em volta era diretora de fotografia, técnica de som, montadora, diretora de arte, figurinista. Era só “a mulherada”. No meu set de criação tinha um único homem – o diretor de produção – e isso gerava muita piada (risos). É claro que eu tenho amigos homens. Mas existe também uma associação, essa afinidade de gênero – que no movimento feminista chamamos de sororidade. Todos os amigos diretores que conheço escolhem sempre uma equipe só de homens e nunca foram questionados por isso.

A cineasta questiona “ [...] o porquê de 84% dos filmes brasileiros serem liderados, escritos e dirigidos por homens brancos. Existem muitas mulheres, diretoras consagradas, produtoras consagradas que

não entram nessas estatísticas.” (RACY, 2016).

E considera:

Acho muitíssimo grave que não haja filmes lançados por mulheres negras no Brasil, por exemplo. Não está certo. Isso não é um problema só das mulheres negras, isso é um problema de todos nós. E eu ouvi de um amigo: “Não sei por que você está tão preocupada, você é mulher e dirige filmes”. Eu respondi: “Talvez porque o mundo não gira em torno do meu umbiguinho”.

Vera Egito altera para o espaço a ser ocupado por autoras negras porque quando mulheres lideram ou escrevem um projeto audiovisual “ ... existem personagens femininas fortes e existem questões na vida delas que não são só sobre homens. E é natural escrever sobre elas. Por isso eu sempre repito que o autor periférico precisa ter voz.” (RACY, 2016).

MAIS MULHERES

Em março deste ano, às vésperas do Dia Internacional das Mulheres, as Nações Unidas em parceria com a empresa *YouTube* lançaram o vídeo “100 anos de incríveis Mulheres”, que é uma das ações do organismo para apoiar a criação de conteúdo feminino e inspirar mulheres a realizar mais vídeos para o canal. Denominado *YouTube Spaces Women's Program* o projeto defende a ideia de uma comunidade de mulheres na plataforma e o estímulo à produção de vídeos; o projeto capacita mulheres para atuação na produção e direção.

A expectativa é ampliar a gama de

temas e gêneros que emergem de áreas como trabalho, saúde, ciência, música entre outros. Nos últimos meses, foram produzidos filmes a partir da perspectiva das mulheres, em espaços construídos especialmente para a iniciativa. Como parte do programa, que incluiu eventos e workshops, seis cineastas, Anna Akana (EUA), Alexys Fleming (US), Julia Veiga Faria (Brasil), Em Ford (UK), Nilam Farooq (Alemanha) e Kuma Miki (Japão) atuaram como diretoras de criação com o objetivo de orientar as participantes.

A análise demonstrou que ainda é necessário investir não apenas na abertura de espaços para a inserção das mulheres, como profissionais e consumidoras, mas também no desenvolvimento de indicadores e pesquisas que precisam a cada dia compreender o papel das brasileiras em diversos setores. Sem informações precisas é difícil implementar programas, políticas, reconhecer as desigualdades de gênero nos mais diversos níveis e áreas de atuação, e entender a realidade típica de determinado setor ou atividade, seja cultural, econômico ou educacional.

REFERÊNCIAS

Censo da educação superior 2013: resumo técnico. – Brasília : Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2015. 80p. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/download/superior/censo/2013/resumo_tecnico_censo_educacao_superior_2013.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2016.

FGV PROJETOS (Rio de Janeiro) (Org.). Introdução. In: FGV PROJETOS (Rio de Janeiro). A cultura na economia brasileira. 23. ed. Rio de Janeiro. 2015. p. 9-21. Disponível em: <<http://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/pdf.pdf>>. Acesso em: 04 mar. 2016.

LIMA, Dulcilei da Conceição. A mulher na produção cultural brasileira: invisibilidade e fomento. XI Enecult: Encontro de estudos multidisciplinares em cultura (Salvador). 11 a 14 de agosto de 2015.

GONZATTO, Camila. Mulheres no audiovisual: "O cinema das diretoras" Disponível em : < <http://www.goethe.de/ins/br/lp/kul/dub/flm/pt15398272.htm> > . Acesso em: 19 abr. 2016.

Perfil do estados e dos municípios brasileiros: cultura: 2014 / IBGE. Coordenação de População e Indicadores Sociais . – Rio de Janeiro : IBGE. 2015. <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95013.pdf>

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO - FIRJAN (Rio de Janeiro). **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2014. 44 p. Disponível em: <<http://publicacoes.firjan.org.br/economiacriativa/mapeamento2014/>>. Acesso em: 22 abr. 2016.

RACY, Sonia. Estadão. 7 de mar. 2016. Cineasta luta por mais manas no mercado audiovisual. Disponível em : <<http://cultura.estadao.com.br/blogs/direto-da-fonte/as-mulheres-fortes-povoaram-a-minha-construcao-como-pessoa/>> . Acesso em: 22 abr. 2016.

NA ESTANTE

Filme:

“Piaf- um hino de amor”



Marion Cotillard interpreta a cantora francesa Édith Piaf retratando sua vida difícil desde a infância até sua morte. Abandonada pela mãe, foi criada pela avó dona de um bordel ela viveu mais tarde com o pai alcoólatra que abandonou aos 15 anos para cantar nas ruas de Paris. Foi então descoberta por um dono de cabaré e no mesmo ano gravou seu primeiro álbum que viria a ser o início de uma carreira extremamente bem sucedida na música. Édith venceu então, inúmeros obstáculos e se tornou mundialmente conhecida por seu inestimável talento vocal.

Livro:

“A garota da banda”



Lançada em 2015 a biografia de Kim Gordon, ex-vocalista, baixista e fundadora da banda Sonic Youth, narra sua trajetória de vida de trás pra frente: desde o divórcio com Thurston Moore, co-fundador da banda, e o fim da Sonic Youth até sua infância. Assim, ela trata de assuntos como casamento, maternidade, feminismo, sua paixão pelas artes e claro sobre a música e a banda da qual fez parte por mais de 30 anos e a transformou em uma artista, produtora, atriz e ícone fashion que influenciou uma geração de mulheres.

Pesquisa: "Mulheres artistas: as pioneiras"



Elaborado pelo Centro de Documentação e Pesquisa da Fundação Vera Chaves Barcellos o catálogo "Mulheres artistas: as pioneiras" documenta cerca de 50 obras, realizadas entre 1880 e 1930, das primeiras artistas mulheres brasileiras. Essas, em sua maioria, foram até hoje excluídas da historiografia da arte sendo muitas vezes estigmatizadas no passado como "amadoras". O catálogo mostra, no entanto, que à sombra desse estigma as mulheres se afirmaram como profissionais e realizaram importantes obras históricas.

Documentário: "Mulheres desenhadas"



Este curta criado pela comunicadora e ilustradora Raquel Vitorelo relata a falta de visibilidade das mulheres desenhistas no Brasil e no mundo. O filme começa mostrando o desenvolvimento de uma garota que se interessa por quadrinhos, mas não encontra neles personagens femininas que a representem. Assim, Raquel aborda a invisibilidade de inúmeras artistas brasileiras que produzem ótimos trabalhos, mas não estão sendo reconhecidas por não possuírem oportunidades no mercado.

EXPEDIENTE: MAIO 2016

Observatório Brasil da Igualdade de Gênero

Equipe:

Ana Cláudia Henriques de Araújo
Camila Rocha Firmino
Filipe Hagen Evangelista da Silva
Pedro Henrique de Pina Cabral Viana

Estagiária:

Isabela Alves Graton

Contatos:

(61) 3313-7417

observatorio@spm.gov.br

www.observatoriodegenero.gov.br