

**Participação feminina na  
produção audiovisual  
brasileira (2015)**

## Metodologia

### Considerações Gerais

Na primeira parte, são analisados dados referentes às funções de direção, roteiro e produção executiva das obras audiovisuais que emitiram Certificado de Produto Brasileiro (CPB<sup>5</sup> no ano de 2015, a partir de relatório extraído do Sistema ANCINE Digital (SAD) em 28 de janeiro de 2016. A base de dados conta com 3.507 CPB's.

No processo de análise dos dados, viu-se a necessidade de considerar apenas as obras classificadas como constituintes de espaço qualificado<sup>6</sup>, visto que estas apresentam de forma mais consistente a estrutura clássica de equipe – direção, roteirista e produção executiva. Foram excluídas as obras classificadas como “comum”, além dos CPB's de registro de eventos, videoaula e erótico/pornográfico, e, ainda, as obras identificadas com ano de produção anterior ao ano 2000.

Dessa forma, a base de dados foi reduzida a 2.606 CPB's no ano de 2015, universo total da pesquisa.

É importante esclarecer, ainda, que no ato do cadastro de CPB, apenas a informação sobre o diretor é de preenchimento obrigatório. Portanto, nem sempre as informações referentes a roteirista e produção executiva estão disponíveis. Logo, em todos os gráficos o total de títulos analisados estão destacados.

Por último, as informações referentes aos segmentos do mercado audiovisual de Televisão Aberta e Televisão Fechada foram agrupadas em Televisão.

### Classificação de Gênero

A classificação de gênero dos integrantes das equipes das obras audiovisuais foi um desafio para o

êxito da pesquisa. Visto que, até então, a ANCINE não solicitava a identidade de gênero no momento do registro dos CPBs.

A solução se deu em três etapas:

1. Foi destacado o primeiro nome de todos os integrantes de equipe das obras audiovisual.

---

<sup>5</sup> O Certificado de Produto Brasileiro é o resultado do registro de obra audiovisual não publicitária brasileira na ANCINE, e é obrigatório para toda obra audiovisual não publicitária brasileira que visem à exportação ou comunicação pública. Ver IN 104 - <http://www.ancine.gov.br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-104-de-10-de-julho-de-2012>.

<sup>6</sup> O espaço qualificado é um conceito instituído pela Lei 12.485/2011, também conhecida como Lei da TV Paga. O inciso XII, do art. 2º da referida lei, define espaço qualificado como: “espaço total do canal de programação, excluindo-se conteúdos religiosos ou políticos, manifestações e eventos esportivos, concursos, publicidade, tele vendas, infomerciais, jogos eletrônicos, propaganda política obrigatória, conteúdo audiovisual veiculado em horário eleitoral gratuito, conteúdos jornalísticos e programas de auditório ancorados por apresentador.”

2. Executou-se uma função de busca e comparação com uma listagem de nomes brasileiros reconhecidamente como de um determinado gênero.
3. Foi realizada uma busca e pesquisa manual com os nomes que não foram automaticamente classificados na etapa anterior.

Essa metodologia permitiu que mais de 4 mil agentes do audiovisual tivessem a sua classificação de gênero detectada reduzindo o esforço manual na execução do levantamento.

### **Filmes Lançados**

Ainda nesse trabalho, estão disponibilizados dados de gênero referentes aos filmes brasileiros lançados

comercialmente em salas de exibição entre 2009 e 2015. Além das informações sobre o gênero da direção, já presentes no Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro 2015, foram acrescentados os dados de roteiro e produção executiva dos filmes lançados de 2012 a 2015.

## Parte I - Universo da Pesquisa

O universo de obras analisado compreende 2.606 obras audiovisuais com emissão de CPB no ano de 2015. Nota-se que 72% das obras audiovisuais de 2015 foram classificadas como obras brasileiras independentes constituente de espaço qualificado. Mais da metade das obras tem como segmento inicial pretendido o mercado de televisão. E 63% das obras são documentários e ficção.

**Tabela 1 - Universo da Pesquisa por Classificação de Independência (CPBs emitidos em 2015)**

Classificação em relação à independência	Quantidade de CPB's	%
Brasileira Independente Constituinte de Espaço Qualificado	1.887	72%
Brasileira Constituinte de Espaço Qualificado	719	28%
<b>Total</b>	<b>2.606</b>	<b>100%</b>

**Tabela 2 - Universo da Pesquisa por Segmento de Mercado Pretendido para Difusão Inicial da Obra (CPBs emitidos em 2015)**

Segmento de Mercado Pretendido para Difusão Inicial da Obra	Quantidade de CPB's	%
Televisão	1.503	58%
Salas de Exibição	487	19%
Vídeo Doméstico	65	2%
Outros*	551	21%
<b>Total</b>	<b>2.606</b>	<b>100%</b>

\*Outros Mercados, Outros Mercados - Audiovisual Em Circuito Restrito, Outros Mercados - Audiovisual Em Transporte Coletivo, Outros Mercados - Vídeo Por Demanda, Indefinido e Nenhuma Das Opções.

**Tabela 3 - Universo da Pesquisa por Tipo de Obra (CPBs emitidos em 2015)**

Tipo de Obra	Quantidade de CPB's	%
Documentário	889	34%
Ficção	756	29%
Videomusical	547	21%
Variedades	211	8%
Animação	174	7%
Reality-Show	29	1%
<b>Total</b>	<b>2.606</b>	<b>100%</b>

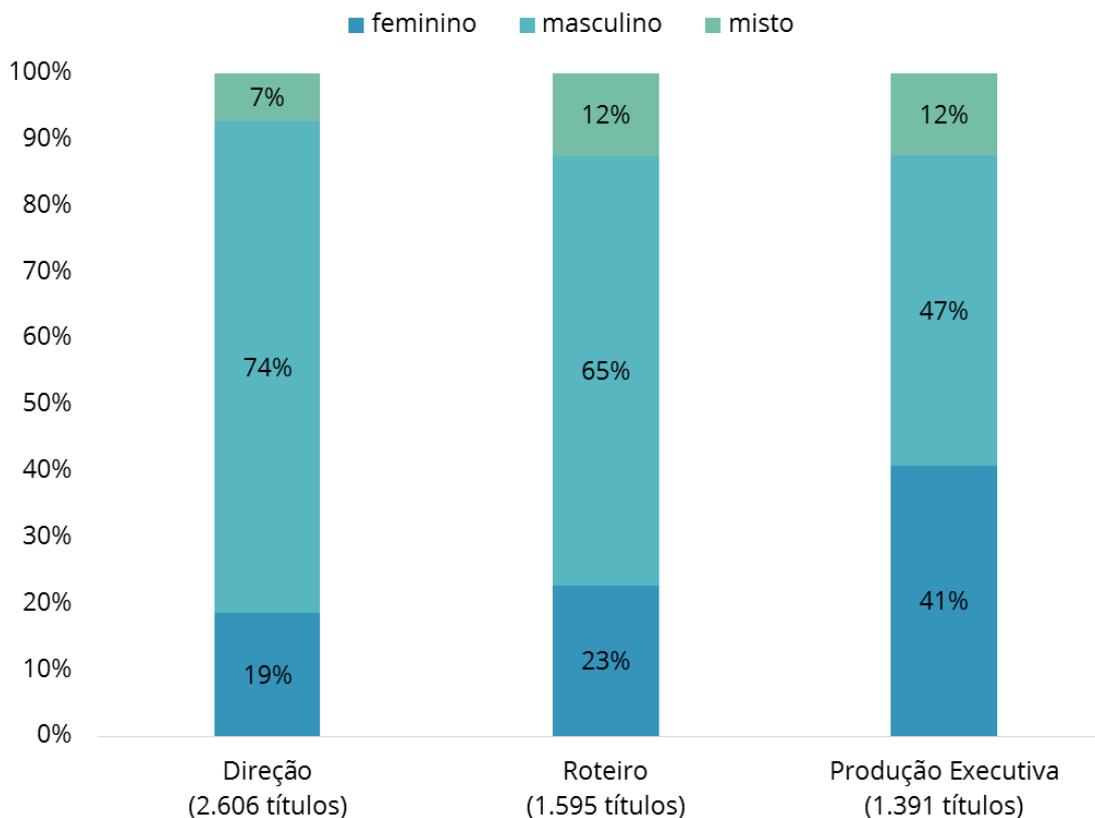
## Parte II - Dados por Tipo de Obra

Nesta parte estão dispostos os gráficos com os percentuais de gênero – feminino, masculino e misto – das funções técnicas – direção, roteiro e produção executiva – das obras audio-

visuais com emissão de CPB no ano de 2015. Os dados mostram que os percentuais de participação feminina na direção (19%) e no roteiro (23%) ainda estão bem distantes do percen-

tual masculino. Somente na produção executiva a presença feminina (41%) se aproxima à masculina (47%) (Gráfico 1).

**Gráfico 1 – Percentuais de Gênero (CPBs emitidos em 2015)**



## Salas de Exibição

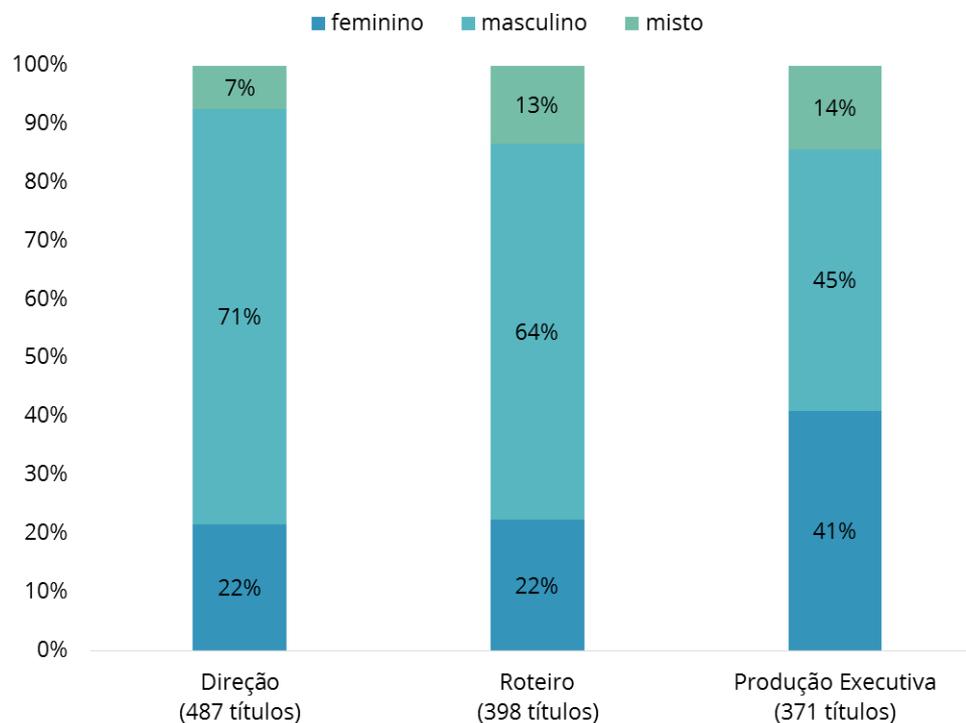
Nas obras que tiveram como segmento inicial pretendido o mercado de salas de exibição, a produção executiva feminina segue a mesma média percentual (41%) do panorama geral. Enquanto que, na direção, o percentual é ligeiramente maior (22%) (Gráfico 2).

Analisando os percentuais de acordo com a duração das obras, nos longas-metragens as mulheres foram maioria (44%) na produção executiva (Gráfico 3). Já nos curtas-metragens e médias-metragens, os percentuais de direção e roteiro são maiores que a média geral, 23% e 26%, respectivamente (Gráfico 4). Nos dados por animação, documentário ou ficção, em comparação com a participação masculina, a participação feminina só é maior na produção executiva dos documentários (46%) (Gráfico 7). No entanto, comparando com os dados gerais, a participação feminina na dire-

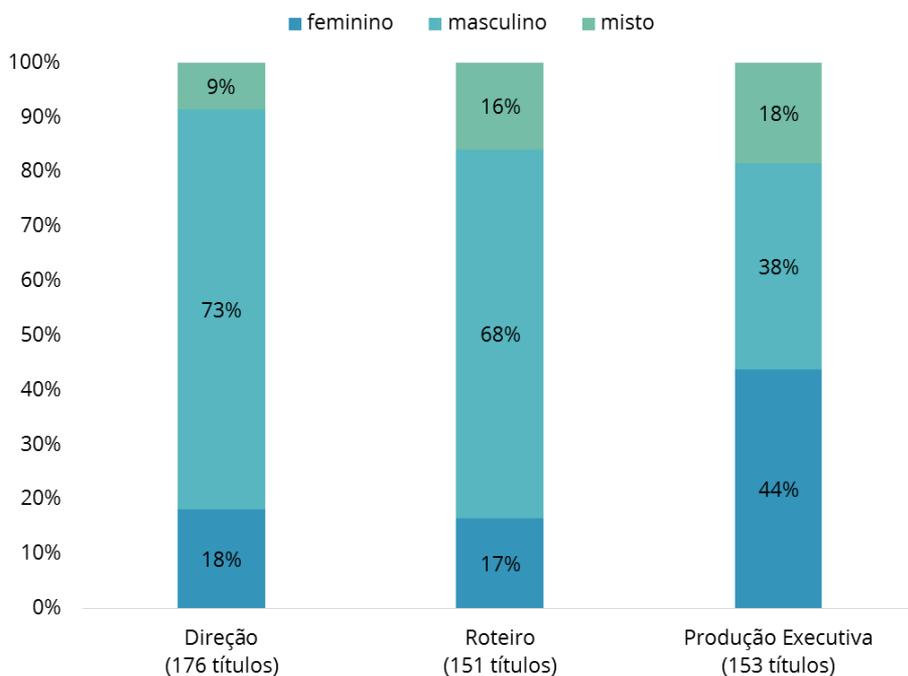
ção dos documentários é bem maior que a média, chegando a 28% (Gráfico 5). Assim como no roteiro dos documentários, onde a média é 23%, e o percentual feminino chega a 34% (Gráfico 6). Na produção execu-

tiva, o documentário continua com percentual maior (44%), a ficção se iguala aos dados gerais (41%) e a animação é muito menor que a média (26%) (Gráfico 7).

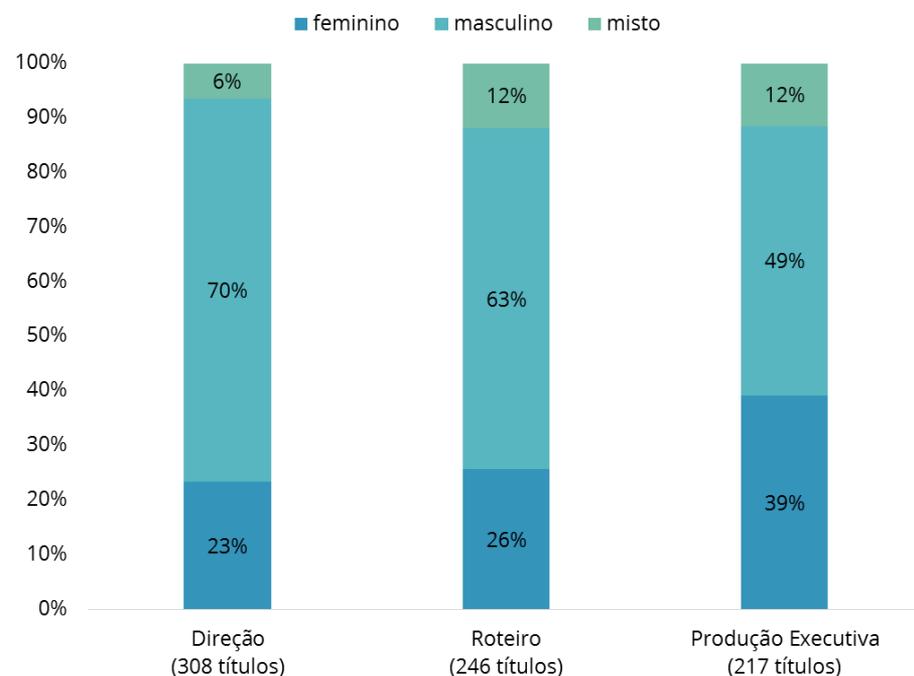
**Gráfico 2 – Percentuais de Gênero – Salas de Exibição (CPBs emitidos em 2015)**



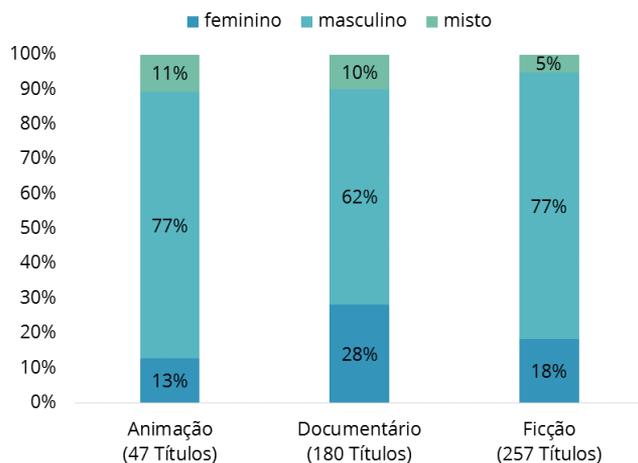
**Gráfico 3 - Percentuais de Gênero - Salas de Exibição - Longas-Metragens (CPBs emitidos em 2015)**



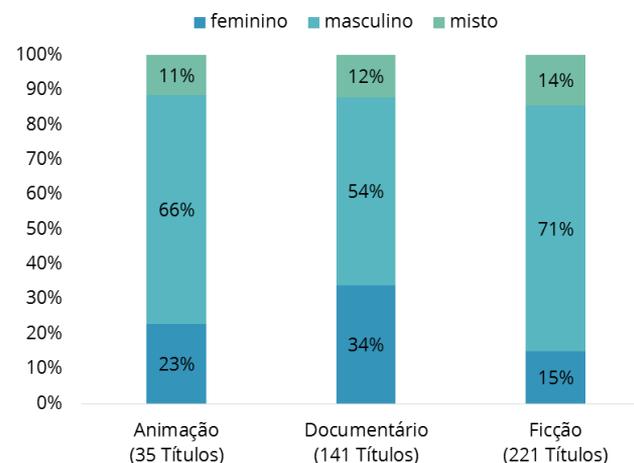
**Gráfico 4 - Percentuais de Gênero - Salas de Exibição - Curtas-Metragens e Média-Metragens (CPBs emitidos em 2015)**



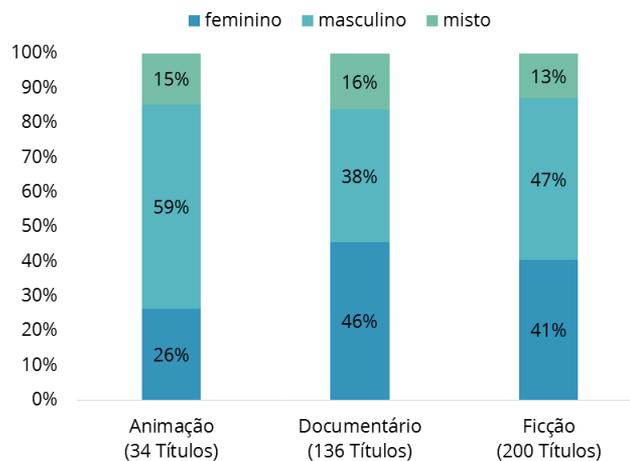
**Gráfico 5 - Percentuais de Gênero na Direção – Salas de Exibição (CPBs emitidos em 2015)**



**Gráfico 6 - Percentuais de Gênero no Roteiro – Salas de Exibição (CPBs emitidos em 2015)**



**Gráfico 7 - Percentuais de Gênero na Produção Executiva – Salas de Exibição (CPBs emitidos em 2015)**



## Televisão

A forte presença feminina na produção executiva permanece na análise do segmento de Televisão (Gráfico 8).

Nas obras seriadas, a presença feminina na produção executiva se iguala à presença masculina, ambas com 44%. Comparando com a média geral, a presença feminina no roteiro é maior, 28% frente 23% (Gráfico 10).

Analisando as obras pelo seu tipo e comparando aos percentuais gerais, nota-se que no roteiro de documentário (26%), reality-show (33%) e variedades (32%), os percentuais femininos são maiores que a média.

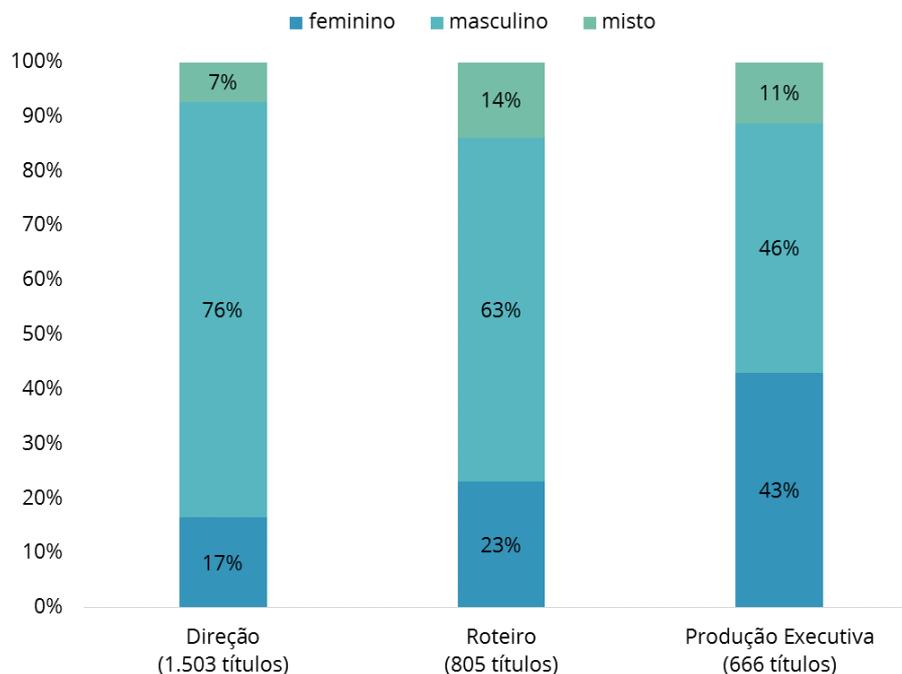
Na produção executiva, a participação feminina é maior que a masculina nos documentários (46%) e em obras de videomusicais (48%). Comparando com a média geral, as obras de variedades também ficam acima da média (44%). No entanto, nas obras de

animação (30%), ficção (35%) e reality-show (33%), os percentuais ficam bem menores que a média.

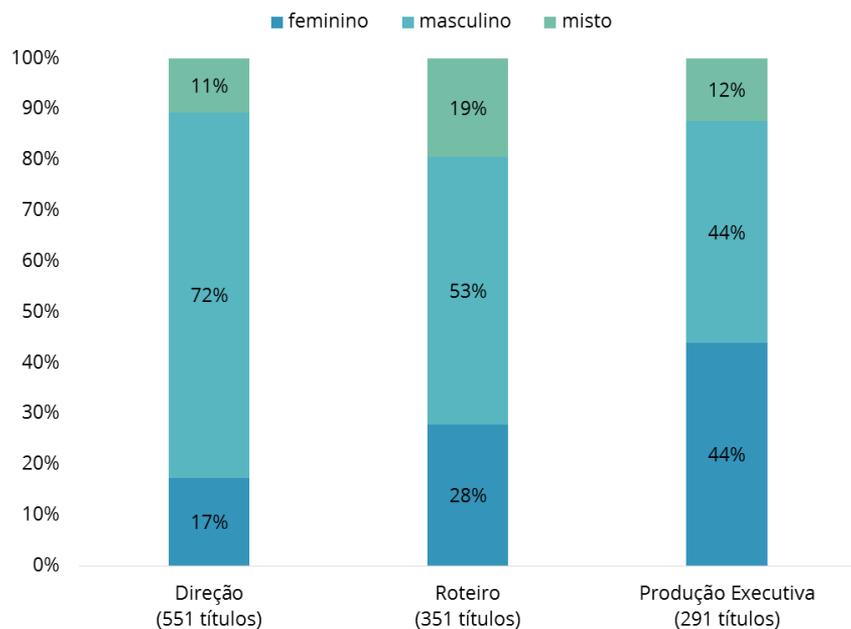
Nos dados de direção, a participação feminina na maioria das obras

se aproxima ou se iguala à média, exceto, nas obras de reality-shows, onde o percentual é muito menor (4%).

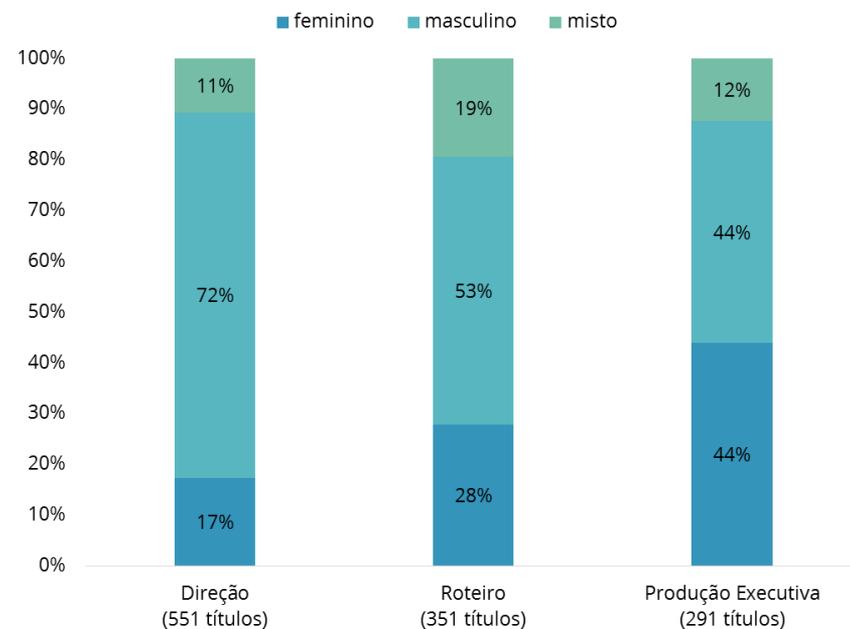
**Gráfico 8 – Percentuais de Gênero – Televisão (CPBs emitidos em 2015)**



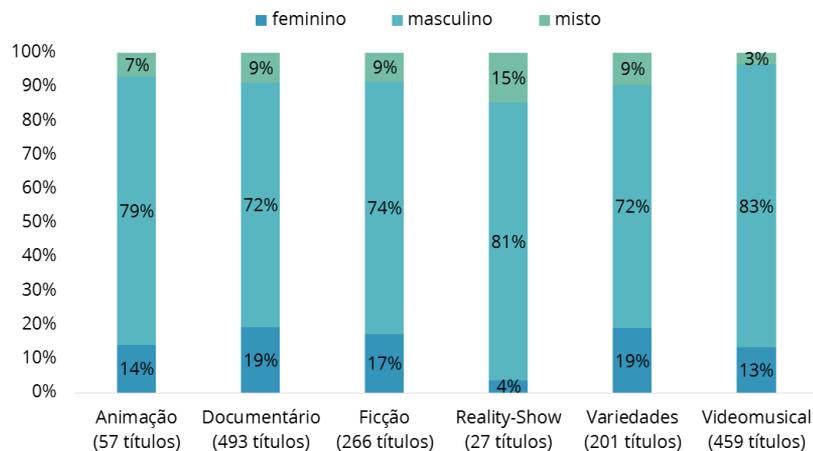
**Gráfico 9 - Percentuais de Gênero - Televisão - Obras Não-Seriadas (CPBs emitidos em 2015)**



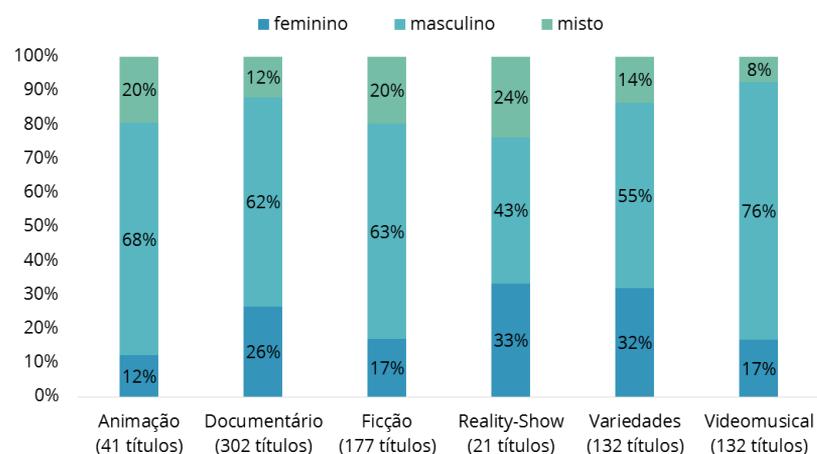
**Gráfico 10 - Percentuais de Gênero - Televisão - Obras Seriadas (CPBs emitidos em 2015)**



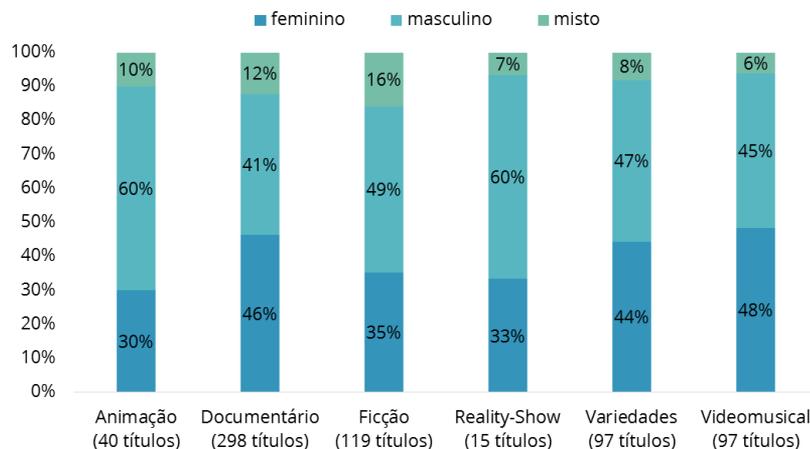
**Gráfico 11 – Percentuais de Gênero na Direção – Televisão (CPBs emitidos em 2015)**



**Gráfico 12 – Percentuais de Gênero no Roteiro – Televisão (CPBs emitidos em 2015)**



**Gráfico 13 – Percentuais de Gênero na Produção Executiva – Televisão (CPBs emitidos em 2015)**



### Parte III - Influência do Gênero entre as Funções Técnicas

O objetivo desta parte é analisar a influência da presença de mulheres entre as funções. A questão proposta aqui é: a presença de uma mulher em uma função aumenta a chance de que outra mulher ocupe outra função?

Para realizar esta análise de maneira mais fidedigna, excluíram-se os casos em que uma mesma pessoa acumulava as funções analisadas. Isso foi particularmente necessário, visto que, no mercado audiovisual brasileiro, há uma incidência de redundância na execução das funções de produção executiva, direção e roteiro. Ou seja, uma mesma pessoa exerce as três funções, ou ao menos, duas delas. De forma adjacente, este trabalho serviu para confirmar essa tese muito difundida no mercado audiovisual, visto que aproximadamente, metade das obras audiovisuais que emitiram CPB no ano de 2015, tinham como produtor executivo

também o diretor e/ou o roteirista. Tal tendência se repete para homens e mulheres, conforme os percentuais apontados a seguir:

- No caso das obras realizadas com produção executiva feminina, em 51% dos títulos a diretora é a mesma pessoa que a produtora. E em 44% dos títulos, a roteirista é a mesma pessoa que a produtora.
- No caso das obras realizadas com produção executiva masculina, em 43% dos títulos o diretor e o produtor são a mesma pessoa. E em 45% dos títulos, o roteirista é a mesma pessoa que o produtor.

Para responder a questão proposta inicialmente, foi necessário verificar se, em casos de não repetição das funções, existe alguma influência do gênero do produtor executivo na escolha de diretores e roteiristas.

Aplicado um modelo estatístico pode-se apresentar as conclusões abaixo.

- Mesmo excluindo as repetições, o fato de uma mulher ocupar o cargo de produção executiva de uma obra aumenta em 4 pontos percentuais a probabilidade da diretora ser também uma mulher. Ou, aumenta 1,33 vezes a chance de ser uma diretora mulher. Estatisticamente, esse é um dado relevante que aponta uma relação de causalidade entre os fatores.
- Ao analisar a relação entre diretoras e roteiristas, a causalidade é maior ainda. Uma mulher diretora aumenta em 22 pontos percentuais a probabilidade de outra mulher ser também roteirista da obra. Ou, aumenta em 6,31 a chance de uma mulher ser também a roteirista da obra.

**Tabela 4 - Influência Produção Executiva Feminina na Equipe Técnica**

<b>Produção executiva feminina</b>	<b>568</b>	<b>41%</b>
<b>Direção</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
feminino	168	30%
masculino	350	62%
misto	50	9%
<b>Total</b>	<b>568</b>	<b>100%</b>
<b>Roteiro</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
feminino	163	36%
masculino	228	51%
misto	59	13%
<b>Total</b>	<b>450</b>	<b>100%</b>

**Tabela 5 - Influência Produção Executiva Masculina na Equipe Técnica**

<b>Produção executiva masculino</b>	<b>651</b>	<b>47%</b>
<b>Direção</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
feminino	65	10%
masculino	548	84%
misto	38	6%
<b>Total</b>	<b>651</b>	<b>100%</b>
<b>Roteiro</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
feminino	67	13%
masculino	419	79%
misto	47	9%
<b>Total</b>	<b>533</b>	<b>100%</b>

**Tabela 6 - Influência Produção Executiva Mista na Equipe Técnica**

<b>Produção executiva misto</b>	<b>172</b>	<b>12%</b>
<b>Direção</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
feminino	30	17%
masculino	123	72%
misto	19	11%
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100%</b>
<b>Roteiro</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
feminino	32	22%
masculino	86	59%
misto	28	19%
<b>Total</b>	<b>146</b>	<b>100%</b>

Um estudo realizado pelo *Center for the Study of Women in Television and Film*, da Universidade de San Diego, chegou a conclusões semelhantes sobre o mercado audiovisual estadunidense. O estudo analisa o período de setembro de 2015 a maio de 2016 nas redes de TV Aberta, TV Paga e serviços de Vídeo por Demanda norte-americanos<sup>7</sup>.

Em programas nos quais ao menos uma mulher é uma das criadoras, 23% dos diretores também são mulheres. Quando apenas homens estão entre os criadores, o percentual de mulheres na direção cai para 7%. No caso dos roteiristas, o percentual de roteiristas mulheres, quando as criadoras são mulheres, é de 51%, enquanto que, se forem homens, o percentual fica em 16%. Quando as mulheres são produtoras

executivas, temos 29% de mulheres roteiristas, quando são homens produtores executivos, o percentual é de 15%.

O estudo mostra ainda a influência do gênero dos produtores e roteiristas no gênero dos personagens. Verificou-se que em programas com ao menos uma mulher dentre os criadores havia 45% de personagens femininos e, ainda, 48% de personagens femininos entre os personagens principais. Quando os criadores são apenas homens, os percentuais caem para 36% e 35%, respectivamente.

Quando, entre os produtores executivos, há ao menos uma mulher, o percentual de personagens femininos na obra é de 40% – no caso de personagens principais, o percentual é de 41%. Quando não

há mulheres dentre os produtores executivos, o percentual de personagens femininos é de 32%, enquanto que entre personagens principais é de 31%.

---

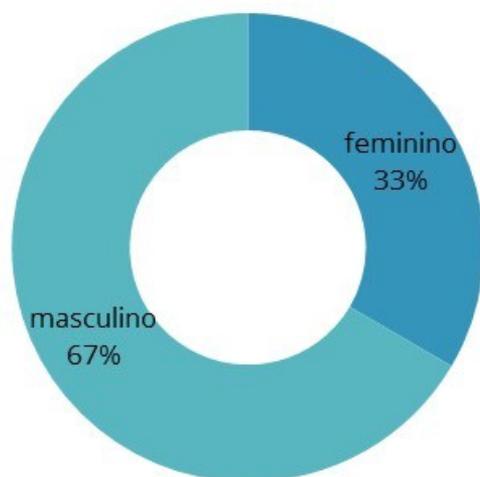
<sup>7</sup> *Boxed In 2015-16: Women On Screen and Behind the Scenes in Television*. Disponível em <http://womenintvfilm.sdsu.edu/research/>

## Parte IV - Composição Societária das Empresas Produtoras

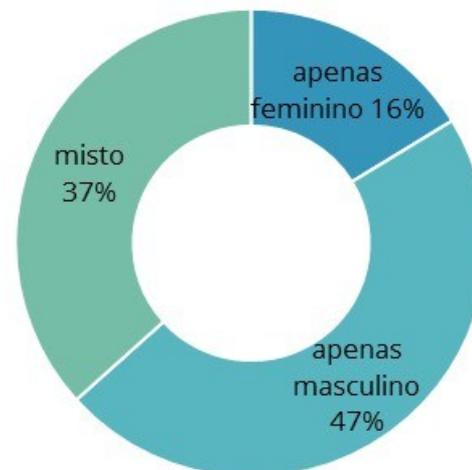
Esta parte do trabalho analisa os dados referentes à composição societária<sup>8</sup> das empresas produtoras responsáveis pela emissão dos CPB's no ano de 2015. Assim como nas funções técnicas, a participação masculina é maior na totalidade dos sócios, na composição societária e na participação do quadro societário das empresas.

<sup>8</sup>Na análise sobre a composição societária foram excluídos os sócios com participação patrimonial inferior ou igual a 1%.

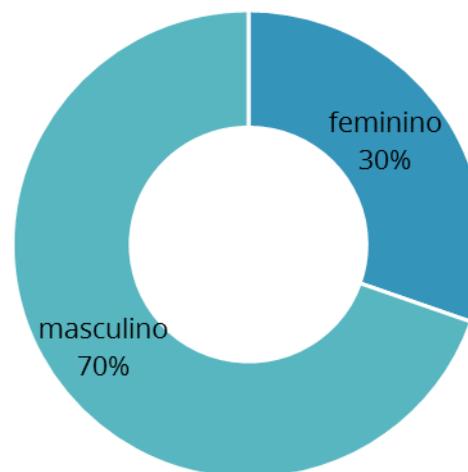
**Gráfico 14 - Gênero da Totalidade dos Sócios das Empresas Produtoras Responsáveis pela Emissão dos CPB's em 2015**



**Gráfico 15 - Composição do Quadro Societário das Empresas Produtoras Responsáveis pela Emissão dos CPB's em 2015**



**Gráfico 16 - Participação no Capital Social das Empresas Produtoras Responsáveis pela Emissão dos CPB's em 2015**



## Parte V - Dados dos Filmes Brasileiros Lançados - 2009 a 2015

Os dados aqui dispostos são referentes aos filmes brasileiros lançados comercialmente em salas de exibição entre os anos de 2009 e 2015. Estão disponíveis as informações sobre o gênero da direção, já presentes no Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro 2015<sup>9</sup>, e, além destes, acrescentados os dados de roteiro e produção executiva dentre os filmes lançados de 2012 a 2015.

Os dados disponíveis demonstram que, dentre os filmes lançados, os maiores percentuais de participação feminina também estão presentes

na produção executiva. Entre os filmes brasileiros lançados nos últimos quatro anos, o roteiro ainda é majoritariamente feito por homens. Já na produção executiva, as mulheres são responsáveis pelo maior percentual de participação. O ano de 2015 apresenta o maior percentual com 52,2% de participação feminina (Gráfico 20).

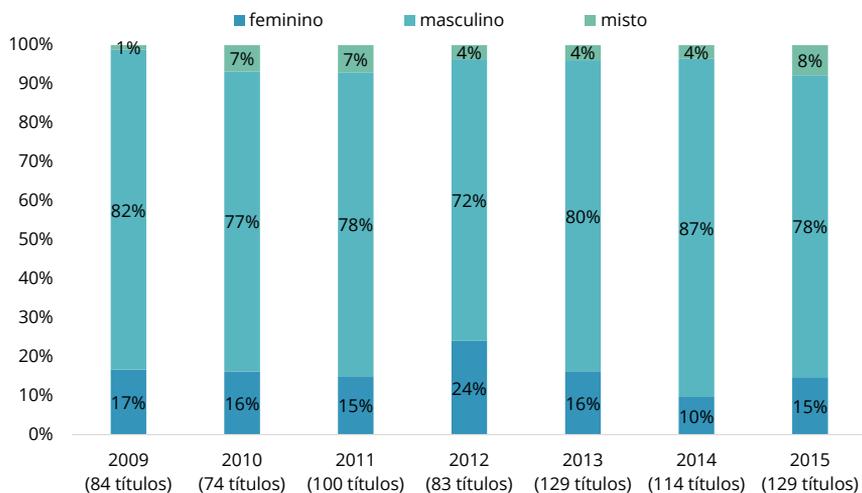
Ao analisar a performance de público entre diretoras e diretores, observa-se um aumento no público dos filmes dirigidos por mulheres nos últimos três anos. Entre 2009 e

2012, o percentual não chega a 10%. Enquanto que no ano de 2015, chega a quase 30% de público, resultado obtido pela performance de quatro filmes dirigidos por mulheres no ranking dos dez filmes brasileiros mais vistos no ano: *Meu Passado Me Condena 2*, *S.O.S Mulheres ao mar 2*, *Linda de morrer* e *Que horas ela volta?* (Gráfico 18).

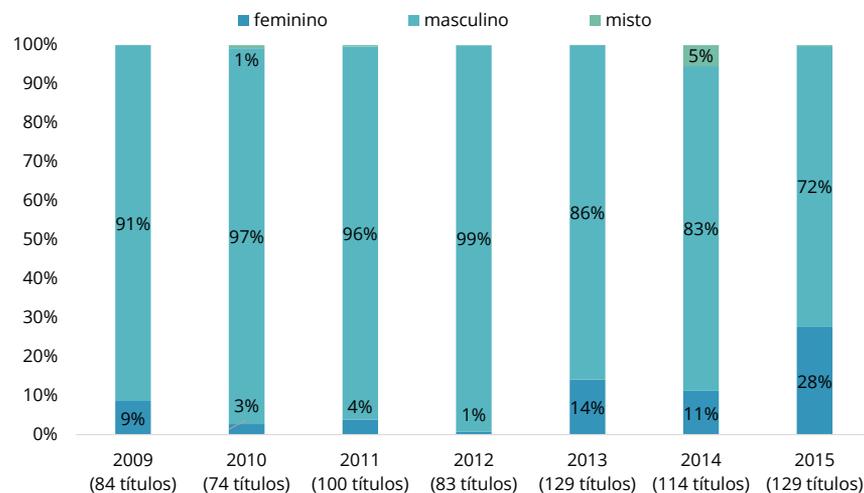
---

<sup>9</sup>Disponível em <http://oca.ancine.gov.br/publicacoes>.

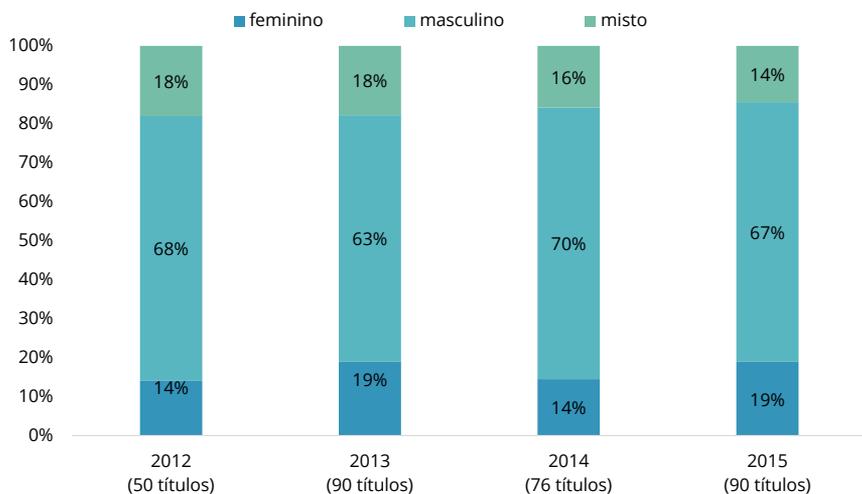
**Gráfico 17 - Percentual de Títulos Lançados por Gênero da Direção (2009-2015)**



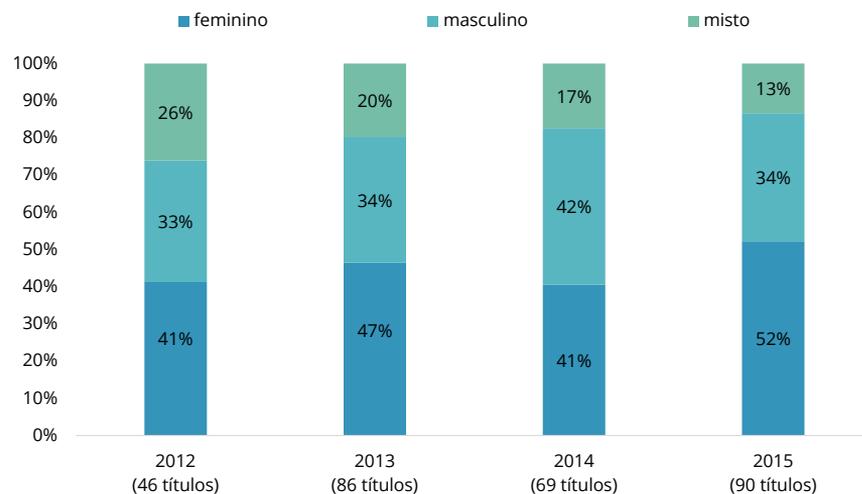
**Gráfico 18 - Percentual de Público dos Lançamentos por Gênero da Direção (2009-2015)**



**Gráfico 19 - Percentual de Títulos Lançados por Gênero do Roteiro (2012-2015)**



**Gráfico 20 - Percentual de Títulos Lançados por Gênero do Produtor Executivo (2012-2015)**



## Expediente

### **Agência Nacional do Cinema**

#### **Diretoria Colegiada**

Manoel Rangel - Diretor-Presidente

Débora Ivanov

Roberto Gonçalves de Lima

#### **Superintendente de Análise de Mercado**

Alex Patez Galvão

#### **Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual**

#### **Editor**

Cainan Baladez

#### **Elaboração**

Amanda Costa

Cainan Baladez

#### **Consolidação dos dados**

Amanda Costa

Filipe Sarmento

#### **Elaboração de Gráficos e Tabelas**

Amanda Costa

Filipe Sarmento

#### **Revisão**

Silviane Vieira

#### **Apoio Técnico**

Danielle dos Santos Borges

Fernanda Velasco Garat

Heloísa Machado

Luana Maira Rufino Alves da Silva

#### **Fontes**

Sistema ANCINE Digital (SAD). Dados extraídos em 28/01/2016.

Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição (SADIS), Dados consolidados em 03/03/2016.

Publicado no Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA em 30/03/2017.

<http://www.ancine.gov.br/>

<http://oca.ancine.gov.br/>



Observatório Brasileiro  
do Cinema e do Audiovisual