



EMPREENDEDORISMO FEMININO NA ÁREA DE AUDIOVISUAL FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN THE AUDIOVISUAL AREA

RAFAELA MARIA NOVO

Empresária no ramo Audiovisual.
Graduada em Administração pela Pontifícia
Universidade Católica de Campinas.
rmnovo@hotmail.com

RODRIGO HIPÓLITO ROZA

Doutor em Psicologia, Mestre em Ciência da
Informação e Bacharel em Ciência da
Computação. Pós-doutorado pela Universidade
São Francisco. Professor do Centro de Economia
e Administração da Pontifícia Universidade
Católica de Campinas.
rodrigo.roza@gmail.com

CELSO PEDROSO DE CAMPOS FILHO

Mestre em Informática e Especialista em
Análise de Sistemas pela PUC Campinas.
Graduado em Ciências Estatísticas pela
Unicamp - Universidade Estadual de
Campinas (Campinas/SP). Professor do
Centro de Economia e Administração da
Pontifícia Universidade Católica de Campinas.
provendas@provendas.com

RESUMO

O empreendedorismo apresenta grande importância na criação e no crescimento dos negócios, assim como na prosperidade das regiões e das nações. Ele pode ser visto nas mais diversas áreas, porém em algumas delas, como no caso do mercado audiovisual, a atuação feminina é mais limitada e encontra mais dificuldades em relação à atuação masculina. Assim, o objetivo deste estudo foi investigar as barreiras encontradas pelas mulheres para empreenderem na área de audiovisual. A pesquisa foi aplicada, qualitativa e exploratória. Além de um levantamento bibliográfico sobre o tema, foram entrevistadas três mulheres, com atuações e experiências distintas no mercado audiovisual. De modo geral, foi possível constatar que as mulheres ainda sofrem muitos preconceitos nesta área, o que dificulta sua inserção, crescimento e consolidação nesta atividade. Contudo, progressivamente, seu espaço tem sido conquistado no sentido de ocupar posições consideradas tipicamente masculinas.

Palavras-chave: empreendedorismo, empreendedorismo feminino, audiovisual.

ABSTRACT

Entrepreneurship is very important in the creation and growth of businesses, as well as in the prosperity of regions and nations. It can be seen in several areas, but in some of them, as in the case of the audiovisual market, the female presence is more limited compared to the male presence.

Thus, the objective of this study was to investigate the barriers found by women to become entrepreneurs in the audiovisual area. The research was applied, qualitative and exploratory. In addition to a bibliographic survey on the subject, three women were interviewed, with different experiences in the audiovisual market. In general, it was found that women still suffer many prejudices in this area, which makes it difficult for them to enter, grow and consolidate in this activity. However, progressively, its space has been conquered in the sense of occupying positions considered to be typically masculine.

Keywords: entrepreneurship, female entrepreneurship, audiovisual.

1. INTRODUÇÃO

De acordo com Chiavenato (2003), a administração se tornou uma das áreas mais importantes da atividade humana. A tarefa preliminar mais simples da Administração é que, de maneira eficiente e eficaz, as atividades sejam feitas por meio das pessoas. Os pilares que compõem a Administração são planejar, organizar, dirigir e controlar, com a finalidade de atingir objetivos organizacionais. A Administração contempla áreas tais como Vendas, Marketing, Compras, RH, Controladoria, Logística, Comércio Exterior (Comex), Finanças, entre outras. Porém, para que elas sejam exercidas, há a necessidade de um empreendimento que possua uma ou mais pessoas por trás.

Ainda segundo Chiavenato (2007), o empreendedor é aquele que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é provido de percepção para o mundo dos negócios, intuição financeira e capacidade de identificar oportunidades. Possui alta criatividade e muita energia, sempre aprimorando sua imaginação e perseverança, identificando uma ideia e transformando em algo efetivo no mercado, visando benefício próprio de terceiros.

Neste contexto, a atuação feminina possui algumas particularidades. Para Amorim e Batista (2011), inicialmente as mulheres eram vistas como incapazes de trabalhar fora de casa. Após significativas mudanças na sociedade, elas começaram a ter tarefas diferentes das domésticas. Até então apontavam-se diferenças biológicas justificando a desigualdade entre homens e mulheres. Com o advento da Revolução Industrial, foi aumentando, pouco a pouco, a quantidade de mulheres no mercado de trabalho. Quando necessário, traziam-nas para o ambiente fabril.

Entretanto, a jornada de trabalho e salários eram muito desiguais em relação aos homens. Com o crescimento da industrialização, as mulheres foram contratadas como assalariadas nas indústrias e oficinas, mas sem abandonar suas funções domésticas. Com a ida de homens para as guerras, ficou desfalcada a quantidade de trabalhadores, e se tornou imprescindível a contratação de mulheres para funções que antes elas não podiam exercer. Hoje em dia, as mulheres estão empreendendo, e essa ação vem se tornando cada vez mais intensa. Atualmente, o empreendedorismo feminino é mais encontrado no comércio varejista (37%), em artigos de vestuário e complementos, na indústria de transformação (27%), em confecções e fabricações de produtos alimentícios, na fabricação de malas, bolsas, valises e outros itens para viagem de qualquer material, e na atividade de alojamento e alimentação (14%).

Estas são as áreas mais comuns em que as mulheres empreenderem, porém não são as únicas. De qualquer forma, não é comum empreendimentos de mulheres na área de audiovisual. Segundo Coutinho (2006), audiovisual é, como a própria palavra expressa, junção de elementos de duas naturezas, que são os sonoros e os visuais.

De fato, o empreendedorismo feminino tem se tornado cada vez mais comum, sendo ele por necessidade ou por oportunidade. No entanto, é sempre visto em áreas diversas que não se relacionam a produção de audiovisual. Assim, questiona-se: quais as barreiras encontradas para que o empreendedorismo feminino, na área de audiovisual, torne-se tão comum como o empreendedorismo masculino? O objetivo geral deste trabalho é investigar quais são os obstáculos encontrados pelas

mulheres para empreenderem na área estudada.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Empreendedorismo

De acordo com Chiavenato (2007), o espírito empreendedor é identificado através de três características básicas: necessidade de realização, disposição para assumir riscos e autoconfiança. A primeira refere-se a pessoas que possuem uma chama interna, uma necessidade de realizar. Existem aquelas que possuem pouca necessidade de realização e que se contentam com as conquistas já alcançadas. Por outro lado, há pessoas que se sentem motivadas necessitadas, que gostam de buscar realização profissional e financeira. Tentam alcançar um padrão de excelência e realização – e isso as fazem se sentirem bem, realimentando constantemente esta vontade de fazer.

Segundo Dornelas (2008), foi na década de 1990 que o movimento do empreendedorismo começou a tomar forma no Brasil, com a criação de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex). Antes do surgimento dessas entidades, não se ouvia falar sobre empreendedorismo e criação de pequenas empresas, devido à falta de informações para auxílio nessa nova empreitada empreendedora. Tanto o Sebrae quanto o Softex ajudavam e continuam ajudando as pessoas profissionalmente. Auxiliam a fundarem suas empresas, dando todo suporte e informações necessárias, e levam as empresas de software do país ao mercado externo.

Na visão de Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o empreendedorismo tem um importante papel no nascimento e crescimento dos negócios, tanto quanto no crescimento e prosperidade de nações e regiões. Eles dizem que as oportunidades empreendedoras são “situações nas quais novos bens, serviços, matérias-primas e métodos organizacionais podem ser introduzidos e vendidos por um valor maior do que seu custo de produção” (Hisrich, Peters e Shepherd, 2014, p. 6). Essa frase pode ser relacionada à “mais-valia” de Karl Marx, na interpretação de lucro, remetendo ao sistema capitalista. Marx percebe que há uma disparidade entre o que o proletariado produz e

a remuneração que recebe por isso. Por exemplo, o funcionário realiza o trabalho necessário, que atinge o quanto ele ganha no final do mês, e o resto dos dias úteis em que ele trabalha, é chamado de trabalho excedente, revertendo-se em lucro para o dono da empresa.

Chiavenato (2007) cita que o psicólogo organizacional McClelland, ao realizar suas pesquisas, descobriu uma correlação positiva entre a necessidade de realização e a atividade empreendedora. Os empreendedores têm a sede de se sentirem realizados em relação às pessoas em geral da população. Executivos que alcançaram sucesso possuem a mesma característica.

Ainda para Chiavenato (2007), a segunda característica básica, é a disposição para assumir riscos, sejam eles financeiros (devido ao investimento do próprio dinheiro e abrir mão de seus empregos fixos), familiares (ao envolver a família no empreendimento), psicológicos (pela possibilidade de algo dar errado e vir a ser um fracasso), dentre outros. Porém, McClelland também verificou que os empreendedores não trabalham com sorte. Por mais que eles arrisquem, sempre existe alguma porcentagem de poder, nada sai 100% do controle do empreendedor, como é feito em situações de jogos.

A terceira e última característica básica é a autoconfiança. Quem a possui, sente que consegue enfrentar todas as dificuldades decorrentes do caminho empreendedor. Neste sentido, os empreendedores bem-sucedidos são aqueles que enxergam os problemas, mas possuem autoconfiança suficiente para superar e enfrentá-los. De acordo com Rotter (1966, *apud* Chiavenato, 2007), existem dois tipos de crença no sucesso. O primeiro é aquele cujas pessoas sentem que somente seus próprios esforços e habilidades alcançam seu sucesso, com um foco interno de controle. O segundo é voltado para aqueles que sentem que a sorte ou o acaso são os que controlam suas vidas, possuindo, assim um foco externo de controle.

Para Dornelas (2008), no final do século XX e começo do século XXI, os empreendedores foram, mais de uma vez, confundidos com gerentes ou administradores, e isso ainda ocorre com frequência nos dias atuais. Com isso, o autor explica as diferenças e semelhanças entre o administrador e o empreendedor. Mesmo que o empreendedor tenha tido muito menos tempo de estudo do que

o administrador, as pessoas ainda costumam ter dúvidas sobre o que o administrador definitivamente faz, havendo, assim, semelhança entre ambos, porque envolvem restrições, demandas e alternativas.

Entretanto, Hisrich, Peters e Shepherd (2014) afirmam que o empreendedor investe naquilo que enxerga como uma oportunidade. E como geralmente as oportunidades são geradas em um estado de forte incerteza, ele utiliza sua capacidade para tomada de decisão, de agir ou não. Há uma diferença significativa entre os empreendedores. Em determinada situação, eles podem raciocinar de modo distinto de quando está realizando, quando está executando outra coisa, ou quando está em um ambiente de decisões. Por mais diferente que seja, os que empreendem possuem o hábito frequente de decidirem em ambientes extremamente inseguros, assumindo riscos, pressões de tempo e investimento emocional intenso. De acordo com a natureza do ambiente de tomada de decisões de um empreendedor, ele precisa pensar estrategicamente; evidenciar capacidade de execução e adaptação com sabedoria.

Dornelas (2008) ilustra que, a partir do estudo anual da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), foram originados dois tipos de empreendedorismo. O primeiro é o empreendedorismo de oportunidade, que sabe onde quer chegar, que cria a empresa visando crescimento, com planejamento, visando riqueza e geração de lucros e empregos, proporcionando desenvolvimento econômico. Já o segundo tipo de empreendedor é aquele que empreende por necessidade, por falta de opção, que mergulha na ousadia e risco de empreender. Ocorre quando se perde o emprego ou está sem opção de trabalho. A segunda alternativa é mais observada em países em desenvolvimento como, por exemplo, o Brasil. Os dois tipos de empreendedorismo, citados por Dornelas (2008), relacionam-se à necessidade de realizar, a disposição para assumir riscos e autoconfiança, os quais também são mencionados por Chiavenato (2007). Isso porque envolve o investimento, a sede de realização ao empreender, a confiança de que algo pode dar certo (mesmo que o retorno seja negativo) e a vontade de fazer acontecer (seja por oportunidade ou por necessidade).

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o ajuste cognitivo demonstra até quando os

empreendedores são dinâmicos, flexíveis, autorreguladores e engajados na sequência de tentativas de formação de diversas estruturas de decisão inspiradas em identificar e processar modificações em seus ambientes, pois posteriormente conseguem se guiar nessas mudanças.

Dornelas (2008) ainda cita o que Hampton (1991) menciona sobre os administradores diferirem em dois aspectos. O primeiro é o nível na hierarquia que é ocupado por eles, definindo, assim, como os processos administrativos conseguem ser alcançados e o conhecimento que possuem, discernindo quais são funcionais ou gerais. Há divisão de três níveis, o de supervisão (geralmente cuidam de somente um departamento ou seção), o médio (ficam entre os mais baixos e os mais altos níveis na hierarquia) e o alto (com responsabilidades maiores, cuidando de diversas redes de interações).

A comparação das quatro abordagens do papel do administrador, para Dornelas (2008), são a personalidade, o uso do relacionamento interpessoal, o foco nas organizações e ações conjuntas e a utilização da hierarquia. Ele reforça o que Mintzberg (1986) menciona sobre os papéis dos gerentes que são os interpessoais (representante, líder e ligação), os informacionais (monitor, disseminador e interlocutor) e os decisórios (empreendedor, solucionador de distúrbios, "alocador" de recursos e negociador).

2.2 Empreendedorismo Feminino

Lisa Nicole Bell (2014), colunista da Forbes, listou quatro itens que toda mulher deve fazer e considerar, antes de se transformar em uma empreendedora. O primeiro é "Defina o que é sucesso para você", pois em tempos de redes sociais, é muito comum que sinta inveja ao ver outras pessoas sendo bem-sucedidas. É importante e necessário que se analise o que se encaixa na visão de vida da mulher; o segundo é "Considere sua família e seus filhos", pois diversas mulheres encontram o empreendedorismo como um meio de melhor equilíbrio entre a vida pessoal e profissional; o terceiro é "Prepare-se para a batalha", em que começar uma empresa é um grande desafio, mas a recompensa vale a pena; e a quarta (e última) é "Escolha seu time com cuidado", onde é extremamente importante saber o que procura no sócio e nos funcionários.

Segundo Amorim e Batista (2017), sensibilidade, empatia máxima, comprometimento, vontade de ajudar, são características, de modo geral, facilmente encontradas nas mulheres. Uma área considerada exemplo de sucesso para as empreendedoras é a de serviços, pois conseguem exercer aquilo que possuem facilidade e possibilitar um desenvolvimento diferenciado e inovador através do relacionamento, seja com clientes, colaboradores, comunidades, entre outros. Contribuição econômica (gerando emprego para si e para outros) e autonomia feminina (que vem criando força que nunca foi provável no passado) são dois itens com importância muito relevante das mulheres como empreendedoras para a sociedade.

Gimenez, Ferreira e Ramos (2016) citam sobre o que o Jonathan (2005) defendeu: de acordo com os resultados de sua pesquisa, o empreendedorismo afeta positivamente as mulheres, sendo fonte de satisfação, e elas percebem que têm uma boa qualidade de vida. Além de autoconfiança, elas se mostram muito comprometidas com suas empresas. Mas, em paralelo, demonstram-se preocupadas com o possível crescimento da empresa, com a satisfação dos clientes e com a situação geral do país, tanto em termos políticos quanto em sociais. As três características que fazem o nível de satisfação ser elevado, é a auto realização, exercer a criatividade e o poder de autonomia. Em contrapartida, há a insatisfação, que está relacionado ao retorno financeiro da empresa e a qualificação dos funcionários.

Conforme Silvia (2007, *apud* Martins, 2018), as barreiras que as mulheres encontram para empreender são:

- a) Ausência de modelos de empreendedoras;
- b) Tamanho das empresas;
- c) Falta de treinamento adequado;
- d) Acesso a rede de mentores;
- e) Divisão desvantajosa de tarefas domésticas;
- f) Dificuldade para atuar no mercado;
- g) Dominação social dos homens na área de negócios;
- h) Dificuldade de autoconfiança e aceitação;
- i) Falta de suporte afetivo e social;
- j) Problemas culturais que afetam seu desempenho;

- k) Dificuldades para conseguir financiamentos;
- l) Falta de tempo para si;
- m) Obrigação x desejo;
- n) Dificuldades de obter confiança de clientes e fornecedores;
- o) Trabalho x família.

De acordo com Ramal (2020), muitas mulheres de sucesso afirmam que mostrar duas vezes mais competência, trabalhar dez vezes mais duro e aguardar muito mais tempo até serem reconhecidas e recompensadas foram atitudes tomadas para conseguirem obter a mesma promoção que um homem obteve. E isso não é considerado uma crítica aos homens, nem mesmo diminuir seus respectivos valores. Se trata de expor a realidade da injustiça e distorções que as mulheres encontram, mesmo as empresas se dizendo preocupadas com a valorização das pessoas do sexo feminino.

Na visão de Medeiros (2016), com base em Baughn, Chua e Neupert (2006), a abordagem feminista possui uma corrente institucionalista, no qual o empreendedorismo é analisado sob a perspectiva de diferença de gênero. Ele determina os comportamentos de homens e mulheres, e considera como os vários sistemas de uma sociedade funcionam através de controle e coesão social. Com isso, incentivam ou restringem as participações no empreendedorismo conforme a condição de gênero. Nos países em que há níveis baixos de desigualdade de gênero, e incentivam o empreendedorismo, é encontrado um número maior de mulheres empreendedoras. Podemos relacionar com o que Ramal (2020) fala sobre as mulheres terem que se desdobrar e esforçar muito mais para alcançar aquilo que, para os homens, vem com menos esforço. Isso acontece menos nos países em que a desigualdade de gênero não tem tanta força, assim como no caso da Noruega, por exemplo, que de acordo com o Global Gender Gap Report (2014), é responsável por um dos números mais altos no mundo de empreendedoras do gênero feminino, que agem por oportunidade.

2.3 Audiovisual

Para Antoniutti, Fontoura e Alves (2008), audiovisual é o meio de expressão que predomina à época em que nós vivemos. Alguns exemplos em que enxergamos o audiovisual, são na forma em que nos

comunicamos, na arte, na mídia, na tecnologia e na ciência. Ele está presente em tudo. Os efeitos especiais no cinema se sofisticam cada vez mais, e as telas mostram imagens em 3D. Os computadores estão presentes em casas, escolas, escritórios e lugares de entretenimento. Telefones, em sua maioria, foram substituídos por celulares, que não são usados somente para ligação, mas que possuem interações envolvendo imagem e som. Os avanços das tecnologias da informação e comunicação fazem parte de um contexto mais amplo de transformações da sociedade (ROZA, 2017, 2020), que afetam inclusive a área de audiovisual.

Bonetti (2008) complementa que o primeiro elemento que é analisado na linguagem audiovisual é seu caráter pré-lógico, porquanto ela mexe com os sentimentos antes de interagir com a razão, isso se torna fundamental para entender a relação que pode ser estabelecida entre a comunicação com a linguagem audiovisual e a educação.

Hagemeyer (2013) sistematiza suas reflexões em torno de três eixos principais. O primeiro possui relação com o estabelecimento do audiovisual na área do conhecimento das ciências humanas, e, principalmente, no campo da história. Somente a partir dos anos 1960 é que o cinema ganhou maior estatuto enquanto “produto cultural”. A partir daí, é que as universidades e historiadores passaram a sistematizar a sua linguagem. Porém, outros produtos do ramo audiovisual continuaram ignorados ou desqualificados, como programas de televisão e os videogames, pois ainda mantinham as dificuldades à análise e devido ao seu caráter fluído, descontínuo e difícil de ser capturado para ser estudado. O segundo problema é a difusão entre a captação de sons e imagens em movimentos, a exploração comercial e seus usos políticos, que causam, então, o que chamamos de efeito realista. Encaixando-se em sua respectiva época, é encontrado o pacto entre a imagem e o som sendo exibidos junto com o espectador fingindo acreditar na “mentira” em que assiste. Já o terceiro e último problema, é estabelecido em diversas formas de narrativa história, que são encontrados no audiovisual. Com isso, se envolve o uso do recurso documental ou ficcional em diversos graus, os gêneros de narrativa empregados e o tom adotado em diferentes formatos.

Antoniutti, Fontoura e Alves (2008) dizem também que além do produto final encantar o público como um todo, há características que atraem muitos profissionais para atuarem na produção de som e imagem, como as técnicas, os métodos, as ferramentas e as linguagens usadas no audiovisual. Ainda que existam diferentes modelos de comunicação (ROZA, 2018), é possível destacar, de modo geral, a importância da comunicação nas atividades humanas, e que comunicar audiovisualmente envolve passar alguma mensagem a alguém.

Já Renó (2011) replica aquilo que foi dito por Bedoya e Frias (2003), explicando que é através de operações de seleção e combinação de imagens em movimento que o audiovisual vai se estruturando. É no enquadramento (contemplando os planos, ângulos de tomada, os movimentos da câmera, iluminação, cor, cenário, vestuário e os atores, aos que se agregam o som composto por ruídos, música e vozes humanas) que a seleção se encaixa, e em paralelo, na edição é onde se encontra a combinação. Ele também escreve que por meio do movimento da câmera, consegue-se direcionar o espectador a “ler” a mensagem da obra de forma em que ele manipulou para que seja visto, de determinada forma, além de fazer com que, quem está assistindo, consiga observar uma cena sob certo ponto de vista. Com base nisso, é possível “sentir” tal movimento, ou até “participar” dessa movimentação.

3. MÉTODO

O presente trabalho se caracteriza, do ponto de vista de sua natureza, como uma pesquisa aplicada, pois aborda os problemas de mulheres que buscam atuar como empreendedoras na área de audiovisual.

Quanto à abordagem do problema, o estudo é definido como qualitativo. Sem necessidade de métodos e técnicas estatísticas, os dados são obtidos através do ambiente natural. Busca compreender a relação dinâmica entre o mundo real e as mulheres que tendem a empreender na área de audiovisual.

Em relação aos objetivos (Gil, 1991), é considerada pesquisa exploratória, a qual envolve experiências reais com pessoas que tiveram vivência com o problema pesquisado.

E por fim, os procedimentos técnicos (Gil, 1991) são baseados em pesquisa bibliográfica, pois usa como referência livros,

artigos de periódicos e materiais disponibilizados na Internet, e levantamento por meio de entrevistas com algumas mulheres que puderam experimentar a sensação positiva ou frustrante de empreender, ou de pelo menos ser aceita na área de audiovisual.

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevista com mulheres, sejam elas empreendedoras ou não, que atuam na área de audiovisual. As entrevistas foram semiestruturadas e foram selecionadas três entrevistadas com perfis interessantes para este trabalho. As questões que compuseram o roteiro foram:

3.1 - Qual sua função na área de audiovisual?

3.2 - Com quantos anos você ingressou nessa área? Quanto tempo trabalha com audiovisual?

3.3 - Você é empreendedora em seu próprio negócio ou trabalha para terceiros?

3.4 - O que a motivou para entrar no ramo de audiovisual?

3.5 - Quais as dificuldades encontradas nessa área?

3.6 - Você já sofreu muito preconceito/constrangimento por ser mulher e atuar nessa área? Quais?

3.7 - Quem mais lhe inspira no audiovisual?

3.8 - Para quais lugares (cidades, estados e países) o audiovisual já a levou?

3.9 - Como você enxerga o empreendedorismo feminino no Brasil? E no mundo?

3.10 - Como você enxerga o empreendedorismo feminino na área de audiovisual no Brasil? E no mundo?

3.11- Diga uma mensagem motivadora para os leitores.

4. RESULTADOS E ANÁLISE

Visando facilitar a análise, as informações obtidas com as entrevistas realizadas foram consolidadas na Tabela 1.

Tabela 1: Resumo das entrevistas realizadas

PERGUNTAS	ENTREVISTADA 1	ENTREVISTADA 2	ENTREVISTADA 3
1- Qual sua função na área de audiovisual?	Já atuou na Direção, no Roteiro, na Câmera, Montando Luz, entre outros. Mas atualmente, trabalha como Analista de Comunicação em uma empresa de Assessoria e Consultoria Previdenciária.	Hoje, em uma produtora audiovisual, atua na direção geral dos projetos, e roteiro, porque sempre gostou muito dessa questão de escrever. Isso na parte de criação, porém, quando fala sobre a empresa em si, cuida da área comercial e da administração da empresa como um todo.	Editora de vídeo e <i>motion designer</i>
2- Com quantos anos você ingressou nessa área? Quanto tempo trabalha com audiovisual?	Começou na emissora com 18 para 19 anos. Agora com 44 anos, possui mais ou menos 25 anos na área de audiovisual.	Frequentando a igreja, o pastor trouxe ela para a área de audiovisual, mesmo ela estudando e atuando como advogada. Isso foi em 2010, portanto, tem mais ou menos 10 anos.	Ingressou no mercado de trabalho na televisão, com 19 anos foi aprendiz do Senac e, após um ano, foi contratada como efetiva. Total de 9 anos na área.

<p>3- Você é empreendedora em seu próprio negócio ou trabalha para terceiros?</p>	<p>Já foi empreendedora montando o próprio estúdio há 13/14 anos, porém, hoje em dia trabalha para uma empresa.</p>	<p>Possui sua própria produtora de vídeo, junto com três sócios.</p>	<p>Trabalha para uma emissora de televisão em regime CLT, mas também trabalha como <i>freelancer</i> no tempo livre (edição e também como <i>videomaker</i>).</p>
<p>4- O que a motivou para entrar no ramo de audiovisual?</p>	<p>Por trabalhar numa emissora de TV, teve acesso ao audiovisual, e o que encantou seus olhos foi a dramaturgia.</p>	<p>O que a motivou de fato, foi se auto descobrir.</p>	<p>A televisão e o cinema sempre a encantou, mais tarde ela começou a ver uma função social muito interessante para essas áreas, seja no jornalismo ou entretenimento. A ideia de transmitir informação, emoção e conscientização por meio dessa área foi a maior motivação.</p>

<p>5- Quais as dificuldades encontradas nessa área?</p>	<p>Por ser transgênero, por ser mulher e lésbica, e por ter que ouvir que a área da beleza seria o melhor caminho a se seguir, sendo que sua paixão é trabalhar com cinema e audiovisual.</p>	<p>São inúmeras, mas acredita que não seja somente no audiovisual, é no Brasil todo, como a questão dos impostos por exemplo. Mas focando em audiovisual, acredita que seja a consciência do valor do trabalho artístico.</p>	<p>Existe uma visão de glamour sobre essa área, e muitas vezes é visto como um trabalho fácil e que enriquece as pessoas. O excesso de ego é um dos maiores sabotadores de carreiras. E é uma área onde você precisa ter muito conhecimento técnico e uma visão estética muito apurada, estar atento aos detalhes, aprendendo a usar as novas tecnologias, consumindo muito conteúdo audiovisual para ter referências de trabalho e inspirações.</p>
---	---	---	--

<p>6- Você já sofreu muito preconceito/constrangimento por ser mulher e atuar nessa área? Quais?</p>	<p>Não só no trabalho, como em todo lugar. Como trans, esperam que vá fazer alguma sacanagem. Como mulher, não pode agir como um homem age, senão vão entender que está dando “moral”.</p>	<p>Nunca teve essa sensação, e pretende nunca passar por isso. Sempre tiveram muito respeito pelo seu trabalho.</p>	<p>Já passou por algumas situações, principalmente quando foi diretora de TV e precisava coordenar uma equipe de cinegrafistas em um telejornal ao vivo.</p>
<p>7- Quem mais lhe inspira no audiovisual?</p>	<p>Renata Moretto, jornalista que trabalhou junto. Marcella Azevedo que produziu a maioria dos trabalhos. Mulheres conhecidas como Fernanda Young, Agnès Varda e Anna Muylaert.</p>	<p>Para ela, é ruim colocar uma única figura, uma única pessoa, é uma responsabilidade muito grande. Se inspira muito em pessoas que receberam ‘não’ e transformaram em ‘sim’.</p>	<p>Uma memória é de Steven Spielberg, pelo filme “Inteligência Artificial”, por ser tão inteligente e ao mesmo tempo tão sensível. Também adora as obras de Stanley Kubrick, pelas histórias incríveis, direção e fotografia espetaculares, assim como Tim Burton. Ainda no cinema: Pedro Almodóvar, Christopher Nolan, Spike Lee, os Irmãos Coen. Os brasileiros Walter Salles, Kleber Mendonça, Ian SBF.</p>

<p>8- Para quais lugares (cidades, estados e países) o audiovisual já a levou?</p>	<p>Já fez três coberturas do Papa no Brasil, inclusive um dos lugares foi a Catedral da Sé. São José dos Cambos numa cadeia. Valinhos, entre outros lugares.</p>	<p>Presencialmente, já levou para o Nordeste e Minas. Mas através da sua obra, já atingiu países que possuem o idioma francês, espanhol, inglês e japonês. E tem certeza que ainda vai pisar nesses lugares para outras produções.</p>	<p>De Santa Cruz do Sul/RS para: Florianópolis/SC; São Paulo/SP; Rio de Janeiro/RJ; Salvador/BA</p>
<p>9- Como você enxerga o empreendedorismo feminino no Brasil? E no mundo?</p>	<p>Acredita que tem um potencial equivalente porque a mulher tem que “se virar nos 30”, e desde sempre que tem que se virar para ter o seu lugar na sociedade, e isso é uma aula de empreendedorismo.</p>	<p>Ela fala do poder da mulher, mas em todas as suas falas, sempre tenta colocar a tônica de que, não está competindo com ninguém, somente querendo contribuir. Ela quer que vejam que ela consegue trazer um trabalho de qualidade, em qualquer área.</p>	<p>No Brasil, as mulheres estão ganhando um bom destaque, mas há muito o que fazer. Elas estão formando grupos para se fortalecer e se ajudar, principalmente nas redes sociais.</p>

<p>10- Como você enxerga o empreendedorismo feminino na área de audiovisual no Brasil? E no mundo?</p>	<p>No audiovisual é o mesmo pensamento respondido acima. Porque, na verdade, para fazer uma produção no audiovisual, é uma grande gestão. Não tinha a equipe 100% à disposição, portanto, precisava fazer todo o trabalho de gestão para que atendesse a agenda de todos, inclusive dos entrevistados.</p>	<p>Para ela, o próprio resultado do trabalho traz importância, sem precisar ficar falando ou discursando sobre o próprio resultado. As pesquisas contam que as produções onde tem mulher na equipe, os resultados são melhores, os textos são mais ajustados, a produção em si funciona de forma mais fluída, o resultado é melhor, quando se tem uma protagonista, uma diretora, uma roteirista, quando se tem mulheres na equipe, os resultados são melhores.</p>	<p>Vê um grande crescimento nos últimos anos, as mulheres no audiovisual estão formando grupos para se fortalecer e se ajudar, principalmente nas redes sociais. Ela mesmo participa e vê uma atitude muito positiva das mulheres.</p>
--	--	---	--

<p>11- Diga uma mensagem motivadora para os leitores.</p>	<p>Você que é mulher e pretende trilhar o caminho do audiovisual, seja muito bem-vinda. Seja o que você quiser ser. Dirija, construa cenários, conte histórias, informe ou faça arte! Sua presença é fundamental na construção de uma sociedade mais harmoniosa.</p>	<p>Que seja na área do audiovisual, seja em outra área, se você não tem um referencial hoje, e isso faz falta em você, então que a gente se posicione e seja esse referencial. Que aquilo que foi dificuldade para mim, que não vi minha mãe realizando, que também não viu minha vó realizando, que eu quebre esse ciclo, e eu realize para que a minha filha veja, e que as outras gerações consigam. Se eu não tive esse referencial, o caminho é buscar, e ver que as mulheres estão realizando sim. A situação não é boa, mas já melhor, e caminha para ser melhor ainda. Mas, se eu de fato em alguma área não tenho, que eu seja,</p>	<p>O audiovisual é arte, técnica, esforço, resiliência, é complexidade e é paixão. Você precisa ser apaixonado pelo que faz, porque o nosso objetivo é de passar o sentimento, seja ele qual for, para quem for consumir a nossa obra final. Seja você roteirista, iluminador, cinegrafista, som direto, editor, colorista, ator, entre outros.</p>
---	--	--	---

		<p>que seja aquela que vai mudar. E na proporção que a gente tem que realizar. Às vezes a gente fica pensando num grande, num maravilhoso, num megalomaniaco, não! Uma porção pequena pode mudar toda uma estrutura, pode mudar um pensamento. Porque só monstro cresce grande, a gente começa pequenininho (rs).</p>	
--	--	---	--

Fonte : autores do trabalho

Inicialmente, cabe destacar as diferentes formas de preconceitos sofridos pelas entrevistadas. A primeira, além de ser mulher, é transgênera e lésbica e, por isso, sofreu e continua sofrendo de forma tripla. A segunda entrevistada, nunca sofreu preconceito, pelo menos no audiovisual, pois sempre esteve perto de pessoas que a respeitavam pelo seu trabalho, ignorando o fato de ser mulher. A terceira entrevistada sofreu bastante por coordenar homens que não aceitavam ter alguém do sexo feminino dando ordens.

No caso da primeira entrevistada, ao compartilhar sua vivência e biografia, é fatídico a experiência em diversas áreas do audiovisual. Assim, cabe recapitular a amplitude de tais áreas. Renó (2011) replicou o que foi dito por Bedoya & Frias (2003) ao explicar que é através de operações de seleção e combinação de imagens em movimento que o audiovisual vai se estruturando. É no enquadramento (contemplando os planos, ângulos de tomada, os movimentos da câmera, iluminação, cor, cenário, vestuário e os atores, aos que se agregam o som composto por ruídos, música e vozes humanas) que a seleção se encaixa e, em paralelo, na edição é onde se encontra a combinação. Portanto, percebemos a combinação entre eles, já que Bedoya e Frias (2003) mencionam vários departamentos e etapas que a entrevistada passou durante sua trajetória.

Nota-se que as três entrevistadas atuam em áreas diferentes, mesmo que tenham noção de todas elas, ou até mesmo já tenham atuado nelas em outras épocas. A primeira já foi empreendedora como a segunda, mas hoje em dia trabalha em regime CLT, como a terceira. A terceira edita e atua como videomaker, como a primeira já fez. Todas trabalham com criatividade. Possuem similaridades, mas as diferenças ainda prevalecem. A primeira e a terceira começaram com a mesma idade (19 anos), porém a segunda ingressou um pouco mais tarde, mas quando notou que tinha dom, decidiu empreender, sem passar por experiências com empresas na área de audiovisual.

Falando sobre a terceira entrevistada, ela relatou o preconceito e constrangimento que sofreu sendo diretora e coordenando uma equipe de cinegrafistas (homens). Mencionou, como exemplo, um funcionário que possuía cargo abaixo dela, mas que ficava a zombando e a diminuindo. Podemos relacionar este fato

com o que Ramal (2020) destacou ao dizer que muitas mulheres de sucesso afirmam que, para obter a mesma promoção que um homem, precisaram mostrar duas vezes mais competência, trabalhar dez vezes mais duro e aguardar muito mais tempo até serem reconhecidas e recompensadas. Se a terceira entrevistada fosse um homem, provavelmente o funcionário a teria respeitado, pois viria uma figura de importância, enquanto que por mulher, não lhe atribuiu o devido valor, justamente porque nunca foi comum este cargo de chefia para o gênero feminino.

Todas as entrevistadas concordam que o audiovisual não é valorizado como deveria. Isso permite com que outros preconceitos tomem maiores proporções, como o fato da primeira entrevistada ser trans e lésbica. Além disso, existem preconceitos devido as três serem mulheres e a sociedade não dar voz e lugar como elas merecem e têm direito (mesmo que a segunda entrevistada ainda não tenha passado por alguma situação desagradável, ela sabe e entende o que todas as outras vivenciam), por ser um trabalho de ego, de muita visão e estética.

Percebe-se como o indivíduo é único ao identificar que não há relação entre as inspirações das três entrevistadas. Cada uma relatou pessoas diferentes, que as inspiraram de maneiras distintas, mas que todos trouxeram para um mesmo lugar, o audiovisual. E por ser um ramo tão amplo e livre, elas já conheceram diversos locais, mas nenhuma delas visitou uma mesma Cidade/Estado/País; a segunda entrevistada ainda teve a obra sendo traduzida para outros quatro idiomas, diferentemente da primeira, cujas obras estão em português.

Amorim e Batista (2017) apontam o empreendedorismo que se encaixa ao cenário atual da segunda entrevistada, no sentido de empreender, gerar mais empregos, obtendo cada vez mais autonomia feminina e adquirindo mais relacionamento com os clientes. Além de sensibilidade, há empatia, comprometimento, vontade de ajudar, que são características, de modo geral, facilmente encontradas nas mulheres.

Todas as entrevistadas, cada uma com seu jeito de falar, relataram que o empreendedorismo feminino no Brasil é algo difícil, trabalhoso e incomum, mas não impossível de se acontecer. Que toda batalha diária vivida pelas mulheres já as ensinam sobre

como ser empreendedoras. E o empreendedorismo feminino na área de audiovisual não foge muito daquilo que citaram anteriormente. É uma luta constante, mas que aos poucos vai ganhando seu espaço.

Todas finalizaram a entrevista com uma mensagem de incentivo, de que façam por amor, que não deixem de batalhar para brilhar. Inclusive a segunda entrevistada encerrou dizendo: “só monstro nasce grande, a gente começa pequenininho”. Isso mostra que ninguém começa com sucesso, e sim o conquista. O início é sempre complicado, mas com persistência e perseverança, se consegue aquilo que tanto almeja.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A área de audiovisual tem crescido cada vez mais por ser estratégica para as organizações. Por meio de vídeos, é possível aumentar a quantidade de vendas, fazer o cliente compreender o produto ou serviço que possui e divulgar determinada marca. Somente com esses exemplos, é perceptível a ampla presença do audiovisual no campo da administração (vendas, marketing, pesquisa e inteligência de mercado, dentre outros).

Além de ser importante para o meio corporativo, o audiovisual também está presente na cultura, com muito prestígio e respeito em cinema, teatro, propagandas, entre outros que envolvam som e imagem ao mesmo tempo. Ele é encontrado a todo momento, mesmo nos mínimos detalhes em que nem percebemos a sua presença. Neste sentido, são comuns as ações empreendedoras nesta área.

No entanto, ao considerar o empreendedorismo feminino na área de audiovisual, a realidade é um pouco diferente. Com frequência, a área de audiovisual é vista como particularidade masculina, e uma quantidade menor de mulheres está inserida nesse meio, empreendendo pouco nesse segmento.

Assim, este estudo teve o propósito de investigar as barreiras encontradas pelas mulheres para empreenderem na área de audiovisual. Houve três relatos de talentosas mulheres, que trabalham na área de audiovisual, seja como empreendedora ou colaboradora de uma organização.

A primeira entrevistada, além de mulher, vivencia a sociedade preconceituosa com o fato de ser transgênero e lésbica. Pode-se dizer que ela sofre triplamente, mas não hesita em mostrar sua força, sua garra e determinação. Considera que nunca foi fácil sua trajetória, porém enfrenta de cabeça erguida seus desafios. Não permite que intitulem a área que deve atuar. Acredita que seu lugar, é onde ela quiser.

A segunda entrevistada, atuava em uma profissão totalmente diferente, mas acredita que quando tem que acontecer, não há nada que impeça. E esse amor pelo que faz traz cada vez mais sucesso para seu empreendimento, pois considera que não há nada mais gratificante do que atuar naquilo que nasceu para fazer.

A terceira entrevistada atravessou diversos estados, e desde muito nova foi criando sua carreira. Hoje, trabalha em uma das maiores emissoras de televisão. Sofreu falta de respeito por pessoas do sexo masculino, mas não deixou isso desmotivá-la, obteve apoio e seguiu em frente.

Percebe-se que as respostas foram bem divergentes, justamente pelo fato de cada mulher possuir um tipo distinto de condição, experiência, desejo e objetivo. Contudo, as dificuldades encontradas devido ao gênero foram comuns e parecem serem universais considerando a literatura científica sobre o tema.

Em linhas gerais, foi possível constatar que as mulheres ainda sofrem diversos preconceitos na área de audiovisual, o que dificulta sua inserção, crescimento e consolidação neste mercado. Contudo, progressivamente seu espaço tem sido conquistado e, cada vez mais, passam a ocupar posições antes consideradas tipicamente masculinas.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Rosane O.; BATISTA, Luiz E. **Empreendedorismo Feminino: Razão do Empreendimento**, 2011. Disponível em: <<http://uniesp.edu.br/sites/biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>>. Acesso em: 23 de abril de 2020.

ANTONIUTTI, Cleide L.; FONTOURA, Mara; ALVES, Marcia N. **Mídia e Produção**

Audiovisual: uma introdução. Curitiba: Ibpex, 2008.

BONETTI, Marcelo C. **A linguagem de vídeos e a natureza da aprendizagem**, 2008 Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/81/81131/tde-13042015-153733/publico/Marcelo_de_Carvalho_Bonetti.pdf>. Acesso em: 09 de set. de 2020.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração:** Uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

COUTINHO, Laura M. **Audiovisuais:** Arte, técnica e linguagem. 11. ed. Brasília: Universidade de Brasília, 2006.

DORNELAS, José C. A. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 3 ed. São Paulo: Elsevier, 2008.

GIMENEZ, Fernando A. P.; FERREIRA, Jane M.; RAMOS, Simone C. **Empreendedorismo Feminino no Brasil:** Gênese e Formação de um Campo de Pesquisa, 2016. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=3154505>>. Acesso em: 23 de abril de 2020.

HAGEMEYER, Rafael R. **História & Audiovisual.** São Paulo: Autêntica, 2013.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo.** 9 ed. Porto Alegre. Amgh, 2014.

MARTINS, Ana C. **Empreendedorismo Feminino:** A Busca de Espaço no Mundo dos Negócios. 29º ENANGRAD – Gestão de Aprendizagem, 2018. Disponível em: <2018.enangrad.org.br>. Acesso em: 23 de abril de 2020.

MEDEIROS, Tajla C. C. V. **O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Cooperação em Empreendedorismo Feminino para o Desenvolvimento Internacional.** Programa de Pós-Graduação em Relações Internacionais, 2016. Disponível em: <https://www.bdm.unb.br/bitstream/10483/17390/1/2016_TajlaCarolineCastelarValeMedeiros_tcc.pdf>. Acesso em: 25 de abril de 2020.

RAMAL, Silvina A. **Mulheres Líderes e Empreendedoras:** Os compromissos que fazem a diferença na carreira de uma executiva. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.

RENÓ, Denis P. **Cinema documental interativo e linguagens audiovisuais participativas:** como produzir. Madri: Concha Mateos (URJC), 2011.

ROZA, Rodrigo Hipólito. Ciência da informação, tecnologia e sociedade. **Biblos**, v. 32, n. 2, p. 177-190, 2018.

ROZA, Rodrigo Hipólito. O papel das tecnologias da informação e comunicação na atual sociedade. **Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict)**, v. 49, n. 1, p. 66-74, 2020.

ROZA, Rodrigo Hipólito. Revolução informacional e os avanços tecnológicos da informática e das telecomunicações. **Ciência da Informação em Revista**, v. 4, n. 3, p. 3-11, 2017.