



## **CRIANDO, INOVANDO E EXCLUINDO: GÊNERO E PODER NA ECONOMIA CRIATIVA**

**Diego Santos Vieira de Jesus<sup>1</sup>**

Vem-se desenvolvendo um debate crescente na academia sobre as desigualdades de gênero na Economia Criativa. Enquanto um dos lados do debate aponta que a Economia Criativa é exemplar de um domínio aberto e igualitário para todos os trabalhadores, o outro identifica desigualdades persistentes no que diz respeito ao acesso e à participação de mulheres nas indústrias criativas. Áreas como publicidade, TV, *design*, cinema e novas mídias são marcadas por intensas disparidades entre homens e mulheres. Nessas áreas, mulheres são sub-representadas, mal remuneradas e concentradas em funções menos valorizadas que homens; porém, tais indústrias criativas apresentam-se como abertas, tolerantes, igualitárias, hostis a rígidos sistemas de separação e baseadas em princípios meritocráticos (GILL, 2014, p.510). A análise de documentos governamentais e de instituições internacionais sobre Economia Criativa e de representações dos trabalhadores das indústrias criativas na literatura acadêmica apontam articulações aparentemente renovadas sobre o trabalho e a participação das mulheres nessas indústrias. Enfatizam-se novas habilidades, mudanças do perfil do trabalho e dos trabalhadores e o reconhecimento e a crescente valorização da diferença e da diversidade para a criatividade. Entretanto, as mulheres continuam a ser marginalizadas por meio da diferenciação repetida de algumas das posições mais valorizadas nesse ramo da economia, além do fato de que as diferenças atribuídas às mulheres são constantemente desvalorizadas (PROCTOR-THOMSON, 2009, p.II).

As desigualdades de gênero permanecem nas indústrias criativas, em especial no que diz respeito a salários. Mulheres ainda recebem menos que os homens e exercem funções acessórias ou de menor status. Em setores da Economia Criativa como TV, mais mulheres do que homens trabalham como *free lancers*, o que envolve a reprodução de condições informais de trabalho. Em áreas como cinema e TV, há pouca

---

<sup>1</sup> Doutor em Relações Internacionais pela PUC-Rio e Professor do Programa de Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa da Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM-Rio).



representação de mulheres em posições de liderança e em corpos de tomada de decisão. A participação de mulheres no setor da música ainda é reduzida em relação à dos homens, bem como na área de fotografia e vídeo. Na indústria musical, enquanto os homens em geral são executivos, produtores e caçadores de talentos, as mulheres ocupam posições de menor remuneração e em geral realizam tarefas que exigem menos habilidades (TAMS, 2003, p.7-11). Os percentuais de participação de mulheres em setores ligados à computação e tecnologia ficam em torno de 20% a 25% em Estados desenvolvidos e tendem a ser ainda menores em Estados em desenvolvimento. Em áreas como programação, áudio e *design* de jogos, as mulheres sequer chegam a representar 5% do setor. Na indústria de jogos, grande parte das mulheres está trabalhando fora da criação – área que tem maior status e em geral é melhor remunerada – e está mais presente em setores como atendimento a clientes e recursos humanos (PROCTOR-THOMSON, 2009, p.8-25). Mulheres jovens dominam estágios não-remunerados nas indústrias criativas, entendendo tais estágios como precursores ou pré-requisitos para um emprego remunerado, mas sem qualquer garantia de que poderão conquistar definitivamente tal emprego. Como resultado, tais mulheres jovens são financeiramente dependentes de suas famílias por períodos maiores. Muitas inclusive mantêm empregos remunerados fora da área criativa para cobrir necessidades básicas (SHADE; JACOBSON, 2015, p.189-195).

A ênfase na criatividade e na inovação pelos documentos governamentais e de instituições internacionais e pela comunidade acadêmica veio em geral acompanhada de uma suposta atenção maior à diversidade como componente necessário das indústrias criativas, vendo-se a Economia Criativa como parte importante de processos de regeneração econômica e de inclusão social de populações marginalizadas. Segundo Richard Florida (2002; 2005, p.72-73), um dos papéis da cultura é criar uma sociedade na qual o talento possa ser atraído, mobilizado e desenvolvido, o que conduziria a um ambiente aberto e inclusivo, permitindo às pessoas serem elas mesmas e validarem suas identidades múltiplas. Como aponta Sarah Belle Proctor-Thomson (2009, p.25), ainda que identifique uma ligação entre o trabalho criativo e a identidade individual, Florida parece marginalizar relações de poder na Economia Criativa. Este artigo buscará cobrir tal lacuna no tratamento das questões de gênero na Economia Criativa, partindo das reflexões iniciais de Joan Acker (1990, p.147) sobre as formas como ambientes de trabalho, hierarquias organizacionais e trabalhadores ideais são generificados. O gênero



é concebido como um elemento constitutivo na lógica organizacional e nas práticas subjacentes que constroem grande parte das organizações de trabalho contemporâneas, inclusive nas indústrias criativas. De acordo com Proctor-Thomson (2009, p.27-28), as estruturas e os processos organizacionais são apresentados nessas indústrias como neutros em relação a questões de gênero, mas o trabalhador ideal é apresentado como um homem que trabalha em regime de tempo integral, mostra-se amplamente comprometido com a empresa e conta com alguma outra pessoa – em geral, a esposa – para cuidar de suas necessidades fora do ambiente de trabalho. Segundo Rosalind Gill (2014, p.211), as reivindicações de meritocracia e igualdade – bem como o suposto repúdio à discriminação por gênero – constituem um aspecto da personalidade empreendedora exigida de trabalhadores da Economia Criativa, uma nova subjetividade parcialmente organizada em torno do individualismo e da desestabilização de relações de poder estrutural, mas que, como se argumentará neste artigo, é permeada por aspectos generificados.

O objetivo do artigo é examinar as razões da manutenção e da reprodução da desigualdade de gênero na Economia Criativa, apesar de se apresentar como um domínio aberto e igualitário para todos os trabalhadores. O argumento central aponta que a noção ideal de “empreendedor criativo” exigida pelas indústrias desse setor da economia é uma ideia generificada que contribui para a manutenção e a reprodução da desigualdade de gênero, uma vez que favorece modelos masculinizados de trabalho desstandardizado, flexível e sujeito a mudanças, num sistema de empregos temporários e inseguros, e de trabalhador dotado de qualidades empreendedoras, com flexibilidade total e maior independência em relação a obrigações familiares. O trabalho familiar e doméstico das mulheres garante que sejam oferecidas aos homens oportunidades de assumir novos papéis reflexivos na Economia Criativa, enquanto as mulheres que atuam nesse setor da economia tendem a exercer papéis secundários ou atuarem como estabilizadoras em ambientes de trabalho para que homens possam exercer as funções criativas. Utilizando como casos para estudo os Relatórios de Economia Criativa 2008, 2010 e 2013 produzidos por instituições do sistema das Nações Unidas, defendo que os documentos sobre a Economia Criativa elaborados por instituições internacionais colocam tais indústrias como neutras no que diz respeito às questões de gênero, mas naturalizam qualidades e práticas do “empreendedor criativo” que tendem a criar vantagens para homens e apontam para o desenvolvimento de estratégias para a



formulação de políticas públicas que tenderam a mudanças procedimentais formais de comportamento em vez de endereçar crenças e atitudes que garantem a manutenção da desigualdade de gênero na Economia Criativa.

A seguir, apresentarei o conceito de Economia Criativa e as relações de trabalho nas indústrias desse setor da economia. Nos dois itens seguintes, analisarei, respectivamente, as principais questões de gênero na “nova economia” – e na própria Economia Criativa – e a generificação do “empreendedor criativo”. Antes de tecer as considerações finais, examinarei a naturalização de vantagens para os homens nos Relatórios de Economia Criativa, bem como o não-endereçamento de crenças e atitudes que reforçam a desigualdade de gênero nas indústrias criativas.

### *A Economia Criativa e o trabalho nas indústrias criativas*

A Economia Criativa refere-se tipicamente ao conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico, no qual a criatividade é, de acordo com a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD na sigla em inglês), concebida como componente simbólico para gerar produtos e serviços, com uma forte dependência de propriedade intelectual e para um mercado tão amplo quanto possível (UNCTAD, 2010). A criatividade artística envolve a imaginação e a capacidade de gerar ideias originais e novas maneiras de interpretar o mundo, sendo expressa em texto, som e imagem, enquanto a científica relaciona-se à curiosidade e à busca de novas conexões para a resolução de problemas. A econômica remete à dinâmica de inovação em tecnologia, práticas de negócios e *marketing* e está ligada à obtenção de vantagens competitivas na economia. Como colocado pela UNCTAD (2010), a produção de bens e serviços culturais requer participação expressiva da criatividade humana e, por consequência, de conteúdo simbólico. Nesse sentido, esses bens e serviços são dotados de valor cultural além do comercial, sendo que o cultural nem sempre pode ser mensurável em termos monetários. Segundo John Hartley (2005, p.5), a ideia de indústrias criativas procura descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas – talento individual – com as indústrias culturais, no contexto de desenvolvimento de novas tecnologias midiáticas e uma nova economia do conhecimento.



Florida (2002) enfatizou que a noção de “classe criativa” – composta por profissionais das áreas de ciência, educação, engenharia, arquitetura e *design* e artes – aponta para o entendimento de que as pessoas são um recurso econômico decisivo na Economia Criativa. É possível encontrar atividades de maior conteúdo criativo ou cultural combinado ao uso de novas tecnologias, como música, dança, teatro, literatura, artes visuais, artesanato, vídeo, artes performáticas, *software* e arte multimídia. Existem também atividades relacionadas à produção de conteúdos culturais e não-culturais – como edição, rádio, jornal e revista, cinema e TV – e outras que se estendem para áreas como arquitetura, propaganda e turismo (BENDASSOLLI; WOOD JR., 2010, p.260-264). Em relação ao mercado de trabalho, a literatura internacional costuma colocar que ocupações criativas supostamente tendem a pagar melhores salários e se relacionam a empregos de melhor qualidade e níveis de satisfação acima das ocupações mais tradicionais em face do envolvimento cultural e criativo. Acredita-se também que tais ocupações possam promover inclusão social e reduzir disparidades de gênero (OLIVEIRA et al., 2013, p.7-19).

Para trabalhadores envolvidos em atividades de maior conteúdo criativo, a liberdade de criação e a autonomia profissional são condicionadas pela necessidade de convencimento dos consumidores a comprarem produtos e serviços. Numa perspectiva geral dos trabalhadores da Economia Criativa, a redução de quadros, a terceirização da produção e a diminuição dos níveis hierárquicos vieram acompanhadas da valorização do empreendedorismo e da responsabilidade individual sobre a carreira, de forma que o objetivo dos trabalhadores passa a ser a construção de uma “marca própria”. Parte-se do pressuposto de que tal profissional seja plenamente capacitado e informado, fazendo pleno uso de redes de contatos e cruzando fronteiras organizacionais em busca de melhores condições de trabalho, o que envolve riscos que interferem nas decisões desse indivíduo. Nas indústrias criativas, grande parte dos profissionais trabalha em regime autônomo e em relações de trabalho de curto prazo, sob condições contratuais desfavoráveis e precárias. Tem-se, assim, o predomínio de empregos casuais e contingentes, marcados por instabilidade e descontinuidade em face das variações das condições de demanda, da forma de produção por projeto, das pressões por inovação e diferenciação e da própria natureza incerta do processo criativo. O trabalho nas indústrias criativas acaba tornando-se uma ocupação de tempo parcial, para a qual a educação formal tem valor relativo e na qual os retornos financeiros são incertos. Para



fazer frente à instabilidade financeira, tais trabalhadores desenvolvem atividades paralelas, próximas ou não da atividade na indústria criativa, e diversificam a produção para reduzir riscos, além de desenvolverem redes para conseguir projetos, formar equipes e facilitar a realização de trabalhos. O desenvolvimento de sua carreira na indústria criativa poderá competir com a necessidade de uma outra profissão para garantir sua sobrevivência, ou, em face da necessidade de geração de valor econômico nas indústrias criativas, muitos trabalhadores podem abrir mão da própria liberdade de criação. Ainda assim, muitos indivíduos são atraídos para carreiras na Economia Criativa pela percepção de vocação e pela busca de autorrealização e reconhecimento dos pares acima do sucesso material. Entretanto, para o controle da própria carreira, o trabalhador na Economia Criativa necessita conhecer as motivações de suas escolhas para construir sua identidade profissional, bem como dominar recursos pessoais, cognitivos, afetivos e técnicos para atingir seus desejos e objetivos e construir redes sociais para projetar sua imagem (BENDASSOLLI; WOOD JR., 2010, p.260-264, 268-273). Como se verá a seguir, essas exigências que se colocam sobre os “empreendedores criativos” criam condições desfavoráveis para as mulheres e preservam as assimetrias de condições entre homens e mulheres na Economia Criativa.

#### *A “nova economia”, a Economia Criativa e as questões de gênero*

A “nova economia” representa um momento de passagem do capitalismo de Estado, que confiava na indústria tradicional, para uma economia global alimentada pelo avanço tecnológico, pela criação de conhecimento e pela especulação financeira. As indústrias criativas representam o modelo de indústria pós-industrial na nova economia (FLEMING, 1999, p.8; LANDRY, 2011, p.7-9). O mito das indústrias criativas como pioneiras da nova economia foi construído não só por organizações não-governamentais, *think tanks* em nível local e regional ou publicações e conferências acadêmicas, mas por documentos governamentais como o mapeamento das indústrias criativas pelo Department for Culture, Media and Sport (DCMS) do Reino Unido de 1998. Tal documento sinaliza que a Economia Criativa inclui atividades que têm sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual. Na “nova economia”, as indústrias criativas estariam baseadas em indivíduos com



capacidades criativas e artísticas em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos e serviços vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais ou intelectuais (DCMS, 1998; MIGUEZ, 2007, p.102). Documentos sobre as indústrias criativas e a Economia Criativa como o do DCMS vêm imbuídos pelos valores da “nova economia”, como a valorização da propriedade intelectual e da liberdade de fluxos de conhecimento, e ajudam a construir o mito da “nova economia” ao apresentar uma dicotomia com a “velha economia”, caracterizada como uma máquina obsoleta que não atende a demandas de transformação e modernização. A “nova economia” é apresentada como “simbólica”, lidando com produtos menos tangíveis como o conhecimento. A dicotomia entre o “novo” e o “velho” naturaliza a “nova economia” e as políticas que a acompanham – e que colocam as indústrias criativas no centro desse novo modelo econômico – como “progressistas”, “flexíveis” e “positivas” para o desenvolvimento das sociedades, enquanto a “velha economia” é situada como “retrógrada” e “negativa” para o desenvolvimento por ser mais “engessada”. Tal dicotomia encoraja o investimento nas indústrias criativas por serem definidas como “lucrativas”, o que pareceu se tornar senso comum para empresários, investidores e acadêmicos. A ênfase na “desestandardização” envolve modelos de trabalho flexíveis, aos quais se liga à ideia de que o trabalho e o lazer ou o trabalho e a vida privada estão entrelaçados na “nova economia”, não havendo uma clara distinção entre eles. Nesse contexto, o mito do “empreendedor criativo” naturaliza qualidades e práticas que tendem a ser mais facilmente preenchidas por homens do que por mulheres. Ademais, a proeminência de discursos sobre criatividade, inovação ou conhecimento e a subordinação de valores associados às atividades culturais são partes de um processo de mercantilização da atividade cultural, que não fortalece as perspectivas de reivindicações relacionadas a gênero no trabalho das indústrias criativas (LAMS, 2003, p.115-128).

Na nova economia, as virtudes da produção criativa são amplamente promovidas e idealizadas, supostamente permitindo às mulheres libertarem-se das relações opressoras de gênero por meio da sua participação na Economia Criativa. O potencial emancipatório da nova economia estaria supostamente visível, por exemplo, nas oportunidades que as novas tecnologias permitiriam às mulheres, como o maior controle pessoal sobre a reprodução, a redução do tempo gasto no trabalho doméstico e a mudança de padrões do trabalho remunerado. Todavia, essas mesmas tecnologias



podem ser usadas por instituições a fim de ampliar seu controle sobre os empregados, de forma que a suposta “flexibilidade” pode ser associada à exploração e à extensão do controle externo das vidas domésticas e profissionais dos trabalhadores. As desigualdades de gênero ficam visíveis ao se abordarem temas como as dificuldades de acesso da mulher à indústria e o próprio abandono da opção de trabalhar nesse domínio, uma vez que grande parte das atividades da nova economia é naturalizada como “masculina” ao se assumirem deficiências das mulheres ao lidar com suas atividades. Os parâmetros da desigualdade de gênero ficam também claras na organização do trabalho e das carreiras: a participação das mulheres em carreiras relacionadas à nova economia enfrenta barreiras como expectativas sociais, o conflito entre família e trabalho, as redes de trabalho informais e a falta de modelos e estruturas institucionais. Ademais, a classificação de tarefas como femininas ou masculinas intensifica a segregação ocupacional, em especial em empresas maiores que sustentam um conjunto de funções especializadas. Nesse sentido, aspectos da nova economia que são profundamente valorizados – como práticas informais de trabalho, flexibilidade e preeminência do discurso individualista e meritocrático – produzem novos modelos de desigualdade de gênero (PROCTOR-THOMSON, 2009, p.63-64, 68-79).

Ainda que algumas mulheres sejam capazes de extrair vantagens de estruturas de trabalho individualizadas e desenvolvam papéis mais autônomos e reflexivos em atividades criativas, a Economia Criativa ostensivamente destradicionalizada continua a sustentar estruturas sociais excludentes, revelando continuidade em relação à velha economia em termos da persistência da desigualdade e da discriminação de gênero. A ascensão de um “sujeito empreendedor” na Economia Criativa supostamente libera o potencial das mulheres para que busquem um sentido genuíno de autonomia pessoal, preenchimento criativo e recompensa social em suas carreiras, mas o discurso de flexibilidade e liberdade criativa ofuscou práticas discriminatórias fundamentais no trabalho criativo (BANKS, MILESTONE, 2011, p.73, 87). O mito da “nova economia” é evocado nas discussões sobre as indústrias criativas, o que resulta na priorização de características e qualidades particulares do trabalho das indústrias criativas. Os documentos de governos e instituições internacionais produzidos sobre as indústrias criativas colocam tais indústrias como neutras no que diz respeito às questões de gênero, mas, na prática, desenvolvem-se condições pelas quais os homens têm o potencial de ganhar vantagens sobre as mulheres no trabalho nessas indústrias.





Ademais, ao se distanciarem do termo “cultura” e investirem na ideia de “criatividade” em tais documentos, formuladores de decisão minaram os esforços de pessoas e organizações de usarem a cultura com uma forma de identificação diferenciada em relação ao *mainstream*, uma maneira de melhorar as vidas individuais e comunitárias ou um recurso político em campanhas e protestos (BIANCHINI, PARKINSON, 1993), em particular no que diz respeito a questões de gênero.

Autores como Ulrich Beck (1992) argumentam que o gênero teria deixado de ser um fator estruturante significativo do trabalho e do emprego, enquanto Manuel Castells (2010, p.215-234) sinaliza a existência de oportunidades crescentes para mulheres. Ambos sinalizam que as novas tecnologias tiveram impactos significativos no trabalho doméstico, na saúde e na reprodução. Desde o fim da década de 1970, barreiras estruturais à educação, recrutamento e promoção de mulheres foram eliminadas por meio de leis que visavam a gerar oportunidades iguais. Indústrias dominadas por homens – como a manufatura pesada – entraram em declínio, enquanto outras que contavam com a participação de mulheres experimentaram rápido crescimento, como serviços, saúde e comunicações. De acordo com tais autores, as mulheres ampliaram sua participação na força de trabalho remunerada, e muitas conquistaram posições elevadas em esferas sociopolíticas e econômicas (PROCTOR-THOMSON, 2009, p.6-7). Todavia, ao contrário do que coloca Beck (1992), a destraditionalização e a individualização das relações sociais não necessariamente conduziram à libertação em relação às formas dominantes de gênero, de forma que gênero – como etnicidade e classe – mantém-se como uma categoria adequada para o entendimento da constituição das sociedades com o declínio da sociedade industrial que garantia e institucionalizava essa forma de estratificação social. Como aponta Lisa Adkins (1999), as formas reflexivas de produção cultural, em vez de diluírem formas sedimentadas de poder social, exercem um efeito de retraditionalização baseada na construção de uma nova tradição que permite a empresas continuarem buscando a acumulação. A tradição se reagrupa e se re replica de forma a não se conduzir à emancipação em relação a formas sociais opressivas e conservadoras, inclusive a naturalização da dominação nas relações de gênero. Para Beck (1992, p.116), a produção capitalista baseou sua eficácia na separação de papéis essencializados entre homens e mulheres – homens como produtores e provedores da família e mulheres como reprodutoras e cuidadoras da geração seguinte de trabalhadores – e na ênfase na família como provedora de contexto



para a reprodução bem-sucedida de valores capitalistas para a garantia da estabilidade do sistema. Porém, o autor argumenta que, com a expansão de oportunidades educacionais para mulheres, as maiores organização e mobilização de movimentos feministas e a cooptação das mulheres no mercado de trabalho pela necessidade do capitalismo de garantir seu próprio futuro com novas fontes de mão de obra barata e flexível, os papéis de homens e mulheres tornaram-se menos diferenciados, de forma que se desenvolveu um reino de produção no qual todos são potencialmente trabalhadores ativos e disponíveis e indivíduos independentes, livres para atender às demandas do mercado a fim de garantir sua existência econômica. Beck aponta que a emancipação de homens e mulheres dos seus papéis históricos poderiam ter efeitos positivos numa sociedade mais individualizada, como o surgimento de novas instituições sociais que permitiriam a acomodação satisfatória das ambições de homens e mulheres. A visão defendida neste artigo – também sustentada por Mark Banks e Katie Milestone (2011, p.73-77, 87) – é a de que é prematuro dizer que uma reestruturação econômica flexível, ocupações mais personalizadas e estetizadas e uma maior mobilidade geográfica e social necessariamente conduzam à eliminação da desigualdade e da discriminação de gênero.

O “empreendedor criativo” é uma ideia generificada que contribui para a manutenção e a reprodução da desigualdade de gênero no trabalho nas indústrias criativas, uma vez que favorece modelos masculinizados de trabalho e de trabalhador. O tipo de trabalhador ideal das indústrias criativas apresentado nos documentos dos governos, das instituições internacionais e das próprias empresas da Economia Criativa é um produtor criativo, dotado de habilidades híbridas e de uma “personalidade empreendedora”, caracterizada por integridade, iniciativa, compromisso, determinação, confiança, liderança e tomada de riscos. Na “nova economia”, o trabalho é apresentado como desestandardizado, flexível e sujeito a mudanças, num sistema baseado em empregos temporários e inseguros, e aqueles que não se mostram aptos a lidar com tal situação flexível são colocados como “covardes” que abrem mão de assumir riscos, como, por exemplo, mulheres com famílias para cuidar. A personalidade empreendedora masculinizada combinou-se às divisões de gênero na esfera doméstica e serviu para manter e reproduzir desigualdades de gênero na Economia Criativa ao se colocarem as mulheres como não dotadas das qualidades empreendedoras e, por conta disso, menos adequadas ou capazes para o trabalho nas indústrias criativas em relação



aos homens. Além disso, a promoção de qualidades como autonomia, capacidade de ação e autorrealização contribuem para a manutenção da desigualdade de gênero na Economia Criativa. O “indivíduo autônomo” é apresentado como “agente” capaz de realizar escolhas e assumir responsabilidade por elas e por ele mesmo, sem necessariamente depender do Estado ou de ajuda institucional para atingir sua autorrealização por meio da mobilização de seus próprios recursos na busca incessante por metas e objetivos. Na Economia Criativa, mulheres podem ter dificuldade de desenvolver tal capacidade de ação no mercado por combinarem seu trabalho a outras responsabilidades domésticas, num contexto em que gradualmente se esvai a responsabilidade do Estado e outras instituições de garantir oportunidades iguais. O “empreendedor criativo” não adota a linguagem da igualdade de oportunidades socioeconômicas nem tenta combater as desigualdades em termos da distribuição de poder (TAMS, 2003, p.115-139, 142-182).

O uso de gestão criativa e o encorajamento de trabalhadores a formarem suas próprias estruturas cooperativas que auxiliem na mediação da produção de bens informacionais, culturais e baseados em conhecimento tornaram-se princípios da economia pós-industrial. Entretanto, o trabalho familiar e doméstico das mulheres – como trabalhadoras fora da dimensão cultural e criativa – garante que sejam oferecidas aos homens oportunidades de assumir novos papéis reflexivos na Economia Criativa, que demandam flexibilidade total e maior independência em relação a obrigações familiares. As mulheres que atuam na Economia Criativa tendem a ser alocadas em papéis passivos e ocupações de apoio em vez de papéis reflexivos criativos. A construção de formas mais tradicionais e personalizadas de associação informal cria condições sob as quais a apropriação de relações baseadas na família seja fortalecida. Em diversos locais onde se desenvolveu a Economia Criativa, com a ênfase no talento individual, iniciativas como leis que garantam oportunidades iguais, política de combate à discriminação ou representação coletiva tendem a ser vistas como ranços da velha economia, estruturas que inibem a criatividade e introduzem elementos que criam obstáculos ao desenvolvimento do processo dinâmico e livre de produção reflexiva. Mesmo mulheres empregadas em ocupações criativas apontam que inúmeros homens gestores ainda tendem a marginalizar as habilidades criativas delas e as ver como mais capazes de exercer funções tradicionais, por exemplo buscando as mulheres para diluir situações tensas com clientes ou organizar tarefas dentro da empresa por seus “traços



naturalmente femininos”. As mulheres continuam sendo vistas numa posição coadjuvante, capazes de contrabalançar a inovação e a criatividade masculinas ao assumirem funções de apoio que se beneficiam de seus atributos de gênero supostamente naturais. O desejo de empresas ligadas a indústrias criativas por flexibilidade total – que pode ser desafiadora para mulheres com dependentes e responsabilidades familiares – e as pressões domésticas forçam inúmeras mulheres a se afastarem de papéis reflexivizados. Permanecem também as tradicionais desigualdades de gênero em termos de salários, acesso a recursos e habilidade de explorar estruturas sociais interligadas em rede (BANKS, MILESTONE, 2011, p.77-83).

### *A generificação do ‘empreendedor criativo’*

As referências a “trabalhadores criativos” se notabilizaram na obra de Florida (2002) no seu tratamento do conceito de “classe criativa”, uma nova classe de trabalhadores do conhecimento, os quais lideram a geração de riqueza nas cidades e regiões por meio do intelecto e da criatividade. Tal grupo abarca advogados, engenheiros, desenvolvedores de *softwares*, músicos, DJs e artistas que operam em setores como moda, cinema e TV. Observa-se uma interpretação extensiva da utilização da criatividade em ocupações dos trabalhadores e profissionais na sociedade. As ocupações profissionais – científicas e artísticas – cujo aspecto principal é o uso da criatividade em suas atividades produtivas produzem dinamismo socioeconômico e cultural e novas ideias, tecnologias ou conteúdo criativo (FLORIDA, 2002). O autor também afirma que o crescimento socioeconômico mostra-se pautado em talento – que dirige o crescimento –, tecnologia e tolerância, fundamental na atração de capital humano (FLORIDA, 2005; OLIVEIRA et al., 2013, p.22-23). As expressões “indústria criativa” e “organizações criativas” implicam que o trabalho criativo esteja envolvido em uma série de relações em rede que abarcam estruturas, processos e uma variedade de trabalhadores. A atribuição da criatividade e a identificação de indivíduos criativos está imersa em processos de reconhecimento e valorização determinados pelo contexto. Elementos específicos como a complexidade de tarefas, a diversidade dos membros do grupo e o tipo de contexto e instituição de trabalho definem o processo criativo e seus resultados. Nas discussões sobre a diversidade da força de trabalho nas práticas organizacionais, uma perspectiva associada à justiça social enfatiza as relações de poder



entre grupos e foca em grupos específicos que foram alvos de discriminação, como mulheres e minorias étnicas. Entretanto, estratégias associadas a essa perspectiva tenderam a mudanças procedimentais formais de comportamento em vez de endereçar diretamente as crenças e as atitudes que garantem a manutenção da desigualdade. Outra perspectiva, mais orientada para negócios, minimiza as relações de poder entre os grupos a fim de focar na inclusão social e explorar formas como gerir a diversidade entre os trabalhadores pelo benefício da instituição. Ela aponta os benefícios da diversidade na produtividade e na lucratividade para as organizações, uma vez que a diversidade traria um conjunto amplo de talentos que podem ser recrutados, o desenvolvimento de inteligência de mercado mais robusta e um melhor desempenho na solução de controvérsias, inovação e criatividade em relação a grupos homogêneos. O mérito e a competência individuais fundir-se-iam com o reconhecimento de diferenças entre os trabalhadores. Entretanto, as iniciativas orientadas para a busca de igualdade baseiam-se na iniciativa de organizações específicas. Ademais, as reivindicações por maior participação de mulheres em indústrias criativas baseadas somente nas necessidades das empresas podem tornar níveis de igualdade de gênero mais vulneráveis a flutuações econômicas. Não há qualquer garantia de que as relações de poder entre indivíduos e grupos de trabalhadores sejam revistas. Ao contrário, a ênfase na diversidade pode até mesmo normalizar e conduzir a relações de poder desiguais entre grupos de trabalhadores (PROCTOR-THOMSON, 2009, p.83-93).

O próprio conceito de criatividade está fortemente conectado a conceitos como talento e genialidade, sendo que o último tem claras conotações masculinas. As capacidades de homens e mulheres para a criatividade não são qualidades inatas, mas a ideia de genialidade aparece em geral associada a um indivíduo do sexo masculino criativo, um sujeito transhistórico que define novos padrões e redefine tradições. Os critérios para excelência artística e criativa têm origem em abordagens que explicitamente negavam a genialidade da mulher, atribuindo-se a liderança artística e criativa ao universo masculino. O trabalho na dimensão criativa é generificado e continua associado à masculinidade, de forma que a imagem igualitária das indústrias criativas encobre discriminação e desigualdades de gênero (SOMMERLAND; STRANDVAD, 2015, p.271-276). Por exemplo, a perspectiva sobre o “empreendedor criativo” ideal aponta que ele deve demonstrar capacidade técnica, interesse em trabalhar em grupo e habilidade artística, qualidades que devem se mostrar integradas e



combinadas. Tal trabalhador híbrido – que domina habilidades técnicas, criativas e empresariais – deve trabalhar em equipes interdisciplinares e é concebido como um agente promissor para o desenvolvimento econômico. Até mesmo pessoas que atuam no setor assumem que as habilidades técnicas das mulheres são desvalorizadas em face de suas habilidades comunicativas, naturalizadas como tipicamente “femininas” em relação às técnicas, em geral atribuídas aos homens e extremamente valorizadas em inúmeros ramos da Economia Criativa, como as mídias digitais. As tarefas “não-técnicas” – como atendimento ao consumidor e comunicação interna, por exemplo – são colocadas como aquelas às que mulheres melhor se adaptam, embora sejam também executadas eficientemente por homens. Num contexto em que habilidades integradas são requeridas, as mulheres são reconhecidas predominantemente pelas suas capacidades interpessoais, mas a sua suposta fraqueza quanto ao conhecimento técnico as torna profissionais “incompletas” ou “menos preparadas” que os homens. Com a especialização crescente e o alinhamento das mulheres a papéis não-técnicos, são mais prováveis modelos de segregação da participação de homens e mulheres, que tendem a ser vistas como diferentes do ideal de “empreendedor criativo” por supostamente não terem habilidades criativas e técnicas integradas e somente contribuírem para o trabalho criativo de maneira marginal ou indireta. A diversidade da força de trabalho é em geral vista nos documentos oficiais e pelos próprios participantes da Economia Criativa como um elemento que melhora, fortalece e estimula a criatividade; porém, a ligação entre tal retórica e a participação das mulheres na Economia Criativa não se sustenta. Grande parte dos documentos oficiais ressalta que as mulheres podem contribuir para o desenvolvimento da Economia Criativa adicionando ideias, visões e habilidade no processo de trabalho, mas, em geral, elas atuam trazendo um efeito estabilizador ao ambiente de trabalho onde homens que são trabalhadores criativos possam operar efetivamente em vez de contribuírem diretamente para a criatividade. São valorizadas por sua influência facilitadora e balanceadora, num contexto em que noções de diferença são produzidas por meio de relações de reconhecimento mútuo entre homens e mulheres em status supostamente semelhantes, mas que marcam as mulheres como marginais aos processos de trabalho criativo. As articulações entre criatividade, diferença e diversidade na Economia Criativa dificilmente poderiam promover transformações em prol das trabalhadoras das indústrias criativas (PROCTOR-THOMSON, 2009, p.137-143, 250-275).



*A Economia Criativa segundo as instituições internacionais e a disparidade de gênero*

A generificação também se desenvolve nos arranjos institucionais da economia global e seus princípios fundamentais, tendo em vista que o poder estratégico na esfera econômica mostra-se cada vez mais alocado nas mãos de grupos específicos de homens – inclusive na Economia Criativa –, enquanto a linguagem da globalização mantém-se neutra para que o “indivíduo” da teoria neoliberal tenha os atributos e os interesses de um empreendedor masculino. Ainda que o neoliberalismo se apresente como neutro com relação a gênero e o mercado aparentemente traga vantagens ao empreendedor mais inteligente, o neoliberalismo não aponta para a busca de justiça social em relação ao gênero. A deterioração na posição de mulheres na economia acompanhou o ataque neoliberal ao Estado de bem-estar social, do qual muito mais mulheres do que homens dependiam. A desregulação dos mercados de trabalho conduziu a um processo de aumento da marginalização das trabalhadoras. Com a redução dos níveis de taxaço pessoal, afetou-se a principal base das transferências de impostos para mulheres, além de se criarem problemas para a educação pública, um dos principais caminhos para o avanço feminino no mercado de trabalho (CONNELL, 2005, p.1815-1816). O mercado de trabalho, as empresas e as instituições internacionais – como a Organização das Nações Unidas – e seus princípios fundamentais como racionalidade econômica e individualismo liberal expressam uma lógica generificada (KIMMEL, 2001, p.22-26). A própria globalização da economia – em cujo contexto aparece inserida a Economia Criativa – é baseada em noções de racionalidade inata e natureza progressiva da economia de mercado (ELIAS; BEASLEY, 2009; JESUS, 2014, p.352-354), que também se observam na noção generificada de “empreendedor criativo”.

No âmbito das instituições multilaterais, a agenda econômica internacional do desenvolvimento passou a abarcar, nas últimas décadas, a dimensão da cultura, o que contribuiu para que o discurso da Economia Criativa fosse legitimado pelas instituições do sistema das Nações Unidas ao associarem tal economia a objetivos já tradicionalmente estabelecidos, como desenvolvimento sustentável e combate à pobreza. A inclusão do tema “Economia Criativa” na agenda multilateral e a tentativa de focalizar o crescimento das indústrias criativas remetem historicamente à promoção das indústrias culturais pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência



e a Cultura (UNESCO na sigla em inglês) a partir da década de 1980. Essa instituição procurou direcionar esforços no sentido de compreender as desigualdades em termos de recursos culturais entre Norte e Sul, reconhecendo as contribuições econômicas da cultura e propondo métodos de análise (CORAZZA, 2013, p.209). Entretanto, as indústrias criativas, consideradas comerciais, inseriam-se num contexto de tensão com o setor cultural tradicional, objeto por excelência das políticas culturais. Com o advento do neoliberalismo na década de 1990, a UNESCO passou a contribuir com Estados em desenvolvimento na construção de políticas locais, regionais e nacionais para as indústrias culturais, passando a associar as indústrias criativas aos benefícios de geração de renda e emprego e ressaltando a comunhão do fomento às indústrias criativas com o princípio da diversidade cultural (MADEIRA, 2014, p.71-81).

Dentre as instituições internacionais que oferecem justificativas e recomendações visando ao reconhecimento da relevância da Economia Criativa, a que mais se destacou na última década foi a UNCTAD, que desenvolveu estudos e análises da estrutura, dinâmica e evolução dessa economia. Numa perspectiva geral, o mandato da instituição remete ao tratamento da relação entre comércio global e desenvolvimento. Seus objetivos com relação à Economia Criativa são a conciliação dos objetivos nacionais culturais com as políticas comerciais, tecnológicas e internacionais, bem como a análise e a redução das assimetrias que inibem o crescimento das indústrias criativas e o fortalecimento da relação entre investimento, tecnologia, empreendedorismo e comércio visando ao desenvolvimento econômico (OLIVEIRA et al., 2013, p.21). O passo que consagra o papel primordial da UNCTAD na legitimação do tratamento da Economia Criativa pelos organismos do sistema das Nações Unidas foi a Conferência de São Paulo, em 2004. No painel “Indústrias Criativas e Desenvolvimento”, o objetivo foi examinar experiências bem-sucedidas de fomento às indústrias criativas, tanto de Estados em desenvolvimento quanto desenvolvidos. As recomendações finais ultrapassaram o aprofundamento da coordenação de esforços internacionais na matéria e abriram a possibilidade de que fosse criado um organismo internacional encarregado exclusivamente da promoção da Economia Criativa. O momento foi emblemático não apenas pela introdução formal da nova nomenclatura na agenda internacional do desenvolvimento, mas pela primeira reunião, no âmbito de uma instituição do sistema das Nações Unidas, de ministros e representantes de governos e especialistas em diferentes setores culturais para tratar do potencial socioeconômico das





indústrias criativas em termos de geração de empregos e riqueza. Esse momento também representou o começo de um processo de perda do monopólio dos assuntos relacionados à Economia Criativa pela UNESCO no sistema das Nações Unidas (MADEIRA, 2014, p.82-85).

As perspectivas apresentadas acerca do desenvolvimento da Economia Criativa por uma instituição internacional como a UNCTAD procuram impactar os mercados globais, sendo apropriadas pelos agentes locais e influenciando suas agendas e ações. A parceria com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) ensejou um estudo sobre a Economia Criativa global, presente no Relatório de Economia Criativa 2008, atualizado e reeditado em 2010. Produzidos sob a coordenação da UNCTAD, os relatórios congregam e apresentam a visão da ONU sobre a Economia Criativa (MADEIRA, 2014, p.93-94). O Relatório de Economia Criativa 2008 apresentava noções, interesses, tipos de investimento, possibilidades comerciais internacionais, propriedade intelectual, estratégias de ação e a importância da participação do governo na forma de políticas públicas e o potencial de desenvolvimento social a partir do crescimento da área (UNCTAD, 2008). A revisão de 2010 reitera o potencial da Economia Criativa como promotora de renda e empregos, apesar da crise mundial iniciada em 2008, já que a Economia Criativa pode permitir a diversificação das economias de Estados em desenvolvimento e a construção de resiliência diante de futuras crises econômicas ao se fundar num conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento. A criatividade é definida de maneira imprecisa como um processo pelo qual ideias são geradas, conectadas e transformadas em coisas que possam ser valorizadas, mas é colocada não como monopólio de qualquer grupo ou setor específico, mas como uma capacidade humana geral (UNCTAD, 2010, p. XV, 4-10).

Na perspectiva dos relatórios produzidos sob coordenação da UNCTAD, setores da Economia Criativa como a moda teriam elementos valiosos em termos de inclusão social: por empregarem muitas mulheres, eles estariam reduzindo as desigualdades de gênero e permitindo o aumento da renda familiar de um grande número de famílias chefiadas por mulheres. Como inúmeros setores da Economia Criativa viabilizam a produção doméstica, eles permitem que mulheres que são mães possam cuidar de filhos pequenos e conquistem mais autonomia (SANTOS, 2014, p.195-198). O Relatório de Economia Criativa 2008 fala brevemente sobre igualdade de gênero ao colocar que a



produção de bens e serviços criativos oferece oportunidades para que as mulheres participem das atividades criativas que geram recompensas tanto econômicas como culturais. Uma estratégia de desenvolvimento que envolvesse indústrias criativas poderia permitir avançar na realização dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio de ampliar a igualdade em oportunidades socioeconômicas para as mulheres em economias em desenvolvimento (UNCTAD, 2008, p.34). O Relatório de 2010 reafirma esses pontos e coloca também brevemente que, com muitas mulheres trabalhando na produção de artesanato, em áreas relacionadas à moda e na organização de atividades culturais, a Economia Criativa poderia desempenhar um papel catalítico na promoção do equilíbrio entre os gêneros na mão de obra criativa, particularmente nos Estados em desenvolvimento. As estratégias de desenvolvimento deveriam, nesse sentido, abarcar projetos de aprimoramento das capacidades criativas que favoreçam mulheres carentes, especialmente no artesanato – tecelãs, oleiras, entalhadoras, por exemplo – e na moda – artesãs do couro, joalheiras, tecelãs de juta e seda, bordadeiras, por exemplo. Isso pode permitir às artesãs que sejam responsáveis por seus próprios sustentos e gerem renda para suas famílias e comunidades, especialmente em áreas rurais (UNCTAD, 2010, p.24, 34).

Observa-se que os relatórios produzidos sob coordenação da UNCTAD aparentemente ofereceram uma atenção maior à diversidade de gênero como componente necessário das indústrias criativas, além de entenderem a Economia Criativa como parte importante de processos de desenvolvimento econômico e de inclusão social. Entretanto, é nítido que tais relatórios reforçam a visão de que nem todas as indústrias criativas seriam capazes de absorver as mulheres da mesma forma, além de omitirem que essas mulheres continuariam ocupando posições de status menor às dos homens nas indústrias criativas em que estejam atuando, recebendo menos que os homens e exercendo funções acessórias ou de menor status. O artesanato, por exemplo, é concebido como uma importante indústria criativa nos relatórios; porém, como lembra Christina Hughes (2012), essa indústria criativa acaba sendo desvalorizada não apenas pelo foco de inúmeras sociedades em atividades manufatureiras de grande escala, mas pelo fato de que, nessas sociedades, as produções de tecelãs, oleiras e entalhadoras são ligadas a um valor meramente simbólico ou decorativo. Tal ligação acaba prejudicando o desenvolvimento de políticas culturais baseadas na relevância econômica de especialização flexível em negócios de pequena escala (HUGHES, 2012), o que é



amplamente silenciado nos relatórios de 2008 e 2010, voltados para o desenvolvimento da Economia Criativa. Ademais, a ideia de que empregos na Economia Criativa permitem à mulher cuidar de funções maternas reitera a percepção de que a maternidade possa ser um problema para a mulher e que os filhos seriam responsabilidade exclusiva dela, perpetuando-se a ideia de que as mulheres seriam mais adequadas como “trabalhadoras domésticas” (GILL, 2014, p.511).

É possível ver que os documentos referem-se aos setores de artesanato e moda como “mais femininos”, essencializando as noções de gênero com relação à indústrias criativas. Fica também claro como se ignora que, em outras indústrias criativas como cinema e TV, haja pouca representação de mulheres em posições de liderança e em corpos de tomada de decisão e que, na indústria musical, as mulheres ocupem posições de menor remuneração e em geral realizem tarefas que exijam menos habilidades. Em setores ligados à computação e tecnologia, a participação das mulheres é reduzida, e a maior parte delas trabalha fora de áreas relacionadas à criação, que geralmente são melhor remuneradas. Os documentos também colocam que diversos setores da Economia Criativa viabilizam a produção doméstica e permitiriam que as mulheres conciliassem a dinâmica das atividades domésticas com o trabalho, destacando as novas habilidades, mudanças do perfil do trabalho e dos trabalhadores e a valorização da diferença e da diversidade para a criatividade. Todavia, relega-se em segundo plano que se reforçam assim as condições para o desenvolvimento de um “empreendedor criativo”, as quais acabam favorecendo homens em relação a mulheres não apenas pela diferenciação das posições mais valorizadas nessas indústrias, mas pela reprodução de condições informais de trabalho às quais as mulheres em geral são submetidas. A natureza flexível e informal de setores como o próprio artesanato é vista nesses relatórios como capaz de acomodar os compromissos domésticos e familiares das mulheres, além de não requererem muitas vezes treinamento formal ou grandes investimentos financeiros, reduzindo-se a capacidade de um efetivo empoderamento dessas mulheres.

A terceira edição do Relatório de Economia Criativa – publicada em 2013 – resultou da parceria da UNESCO com o PNUD e se baseou nos relatórios de 2008 e 2010 feitos sob coordenação da UNCTAD. O relatório de 2013 alertou para a necessidade urgente de novos caminhos para o desenvolvimento que encorajassem a criatividade e a inovação na busca de crescimento e desenvolvimento inclusivos,



equitativos e sustentáveis. Novamente, a questão de gênero é tratada marginalmente. O Relatório de Economia Criativa 2013 aponta que levar o contexto cultural em consideração permite intervenções mais eficazes em campos como saúde e educação, engajamento da juventude e empoderamento das mulheres. Nessa “visão holística” de desenvolvimento humano, a criatividade e a cultura são reconhecidas pela geração de confiança e engajamento social, permitindo que indivíduos e grupos aspirem, segundo o relatório, a “futuros alternativos”. No que diz respeito a indicadores de resultados sociais de investimentos na Economia Criativa quanto a direitos humanos e não-discriminação, os indicadores de igualdade de gênero abarcam a proporção de mulheres trabalhando no setor cultural e em posições de formulação de decisão, a igualdade em termos do acesso das mulheres à participação cultural, a não-discriminação das mulheres com bases culturais e as lacunas entre homens e mulheres quanto a seus rendimentos. Outras menções a temáticas de gênero são feitas no tratamento de lançamentos de músicas e filmes, programas de televisão e artes, que seriam capazes de expressar perspectivas de grupos socialmente marginalizados como as mulheres e cruciais à definição de agendas mais amplas de pluralismo, igualdade e gênero, relacionada à oportunidade de promoção da cidadania e dos direitos culturais. Referências à temática de gênero são também realizadas quando o relatório trata do turismo gastronômico, que estaria se tornando uma fonte importante de renda em Estados como Malásia e Indonésia e abrindo oportunidades para pequenas empresas lideradas por mulheres (UNESCO, 2013, p.13-17, 99, 130).

A “visão holística” de desenvolvimento humano presente no terceiro relatório ignora que as exigências que se colocam sobre os “empreendedores criativos” criam condições desfavoráveis para as mulheres e preservam as assimetrias de condições em relação aos homens na Economia Criativa. O documento não considera que o trabalho familiar e doméstico das mulheres é aquele que permite que sejam oferecidas aos homens oportunidades de assumir novos papéis reflexivos na Economia Criativa, os quais demandam flexibilidade total e maior independência em relação a obrigações familiares. O documento trata do empoderamento de mulheres em linhas gerais sem especificar formas efetivas de se lidar com a combinação básica do desenvolvimento de uma personalidade empreendedora masculinizada com as divisões de gênero na esfera doméstica, o que acaba por cristalizar e reproduzir desigualdades de gênero nas indústrias criativas. O suposto empoderamento que a Economia Criativa permitiria às



mulheres enfrenta barreiras fundamentais para se desenvolver, como a combinação do trabalho nas indústrias criativas com responsabilidades domésticas. Tal processo conduz à marginalização das mulheres nas principais funções do trabalho criativo ou, no máximo, ao seu reconhecimento por sua influência facilitadora e balanceadora para que a criatividade dos homens se desenvolva.

### *Considerações finais*

Dentre as barreiras para que as desigualdades de gênero sejam superadas na Economia Criativa, cumpre destacar as condições precárias de trabalho, uma vez que muito do trabalho é desenvolvido por *freelancers*, com pouca cobertura social para as mulheres que desejem ser mães. Como as mulheres ainda carregam a maior responsabilidade sobre os afazeres domésticos, as demandas da carreira em indústrias criativas como as relacionadas ao setor de mídia tornam-se incompatíveis com suas demais tarefas. Além disso, um sistema de contatos informais e redes pessoais formado especialmente por homens faz com que eles usem sua influência para fortalecer as carreiras de parceiros e amigos, perpetuando a desigualdade de gênero no que diz respeito à mobilidade de carreiras. As mulheres ocupam desproporcionalmente empregos de menores remuneração e status, tendo dificuldade para alcançar promoções para postos seniores. Ao se assumir a Economia Criativa como um ramo da economia mais liberal do que as indústrias tradicionais, a igualdade entre os gêneros é colocada como dada, mas os homens ainda são privilegiados em termos de pagamento, acesso aos empregos, redes sociais e trajetórias de carreira. A retórica da meritocracia prevalece nas indústrias criativas em grande parte dos Estados ao redor do planeta, gerando um ambiente em que a genialidade individual é fetichizada. Nesse contexto, o fracasso é interpretado como uma falha individual, o que acaba aniquilando as perspectivas de debate acerca de desigualdades estruturais (ADAMS, 2010).

As desigualdades nas indústrias criativas revelam padrões generificados de desvantagem e de exclusão, que em geral acabam sendo complicados por divisões de classe, raça e etnicidade. As desigualdades persistentes acabam sendo ampliadas pela precariedade, informalidade e exigências de flexibilidade associadas ao emprego na Economia Criativa. As mulheres ficam numa situação de desvantagem por conta das divisões entre as funções domésticas e familiares e o trabalho nas indústrias criativas e



das novas pressões em torno de formação de uma identidade autônoma e independente (CONOR et al., 2015, p.1). Nesse contexto, as orientações e as recomendações apresentadas em documentos produzidos por instituições internacionais como a UNCTAD, a UNESCO e o PNUD poderiam ser fundamentais para contribuir para o combate à desigualdade de gênero na Economia Criativa, uma vez que tais orientações e recomendações podem ser apropriadas pelos agentes locais e influenciar suas agendas e ações. Entretanto, os três Relatórios de Economia Criativa examinados neste artigo revelam que a ênfase nas articulações aparentemente renovadas sobre o trabalho e na participação das mulheres nas indústrias criativas silencia a permanência de desigualdades em termos do acesso e da participação de mulheres nas indústrias criativas.

Em 2014, a UNESCO deu um passo na tentativa de priorizar a igualdade de gênero como um meio para atingir objetivos de desenvolvimento e defesa dos direitos humanos na área cultural. Focando no mandato da instituição na área da cultura, a publicação “Gender Equality, Heritage and Creativity” ofereceu um primeiro panorama global do status da igualdade de gênero com respeito a acesso, participação e contribuição à cultura, incorporando análises sobre a Economia Criativa. Constatando que as mulheres estão predominantemente fora de posições de liderança nas indústrias criativas e enfrentam dificuldades na entrada e na participação em domínios criativos, a publicação mapeia os principais desafios enfrentados por elas, como a influência de estereótipos de gênero nas profissões e nas tarefas criativas; a sub-representação de mulheres em posições de formulação de decisão; as dificuldades das mulheres em aderir às redes masculinas de influência para acesso a recursos para projetos culturais e melhores salários e a conciliação entre os trabalhos criativos e as responsabilidades domésticas, num contexto de jornadas de trabalho irregulares, altos custos para os cuidados de crianças e pouco apoio familiar às suas carreiras. A publicação aponta que as respostas a tais desafios são dificultadas pelo fato de que muitos Estados não coletam dados culturais relacionados a gênero ou contam com bases de dados incompletas, o que cria obstáculos à geração de políticas para indústrias criativas que lidem com a desigualdade de gênero (UNESCO, 2014, p.77-89). Entretanto, os desafios que as mulheres enfrentam em diferentes estágios da cadeia de valor das indústrias criativas são muito mais densos do que aqueles que tais dados poderiam revelar. Além disso, políticas que fortalecessem as capacidades criativas das mulheres e ampliassem o



reconhecimento e a remuneração delas pelos seus trabalhos, bem como seu engajamento nas atividades criativas, não seriam suficientes para reduzir a desigualdade de gênero nessas indústrias. Seria importante que, antes de tais esforços, houvesse uma consideração mais profunda e robusta das condições de possibilidade para o desenvolvimento do “empreendedor criativo”, as quais prometem reinventar a mulher como um agente fundamental na Economia Criativa, mas reforçam sua posição como mantenedora de tarefas domésticas para que o homem atenda às demandas dessas indústrias ou como conciliadora em ambientes turbulentos de trabalho para que as qualidades dos homens empreendedores criativos possam se desenvolver.

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

ACKER, Joan. Hierarchies, jobs, bodies: a theory of gendered organizations. **Gender & Society**, v.4, n.2, p.139-158, 1990.

ADAMS, Ruth. Gender Issues in the Cultural and Creative Industries. **Gender Matters**, 18 out. 2010. Disponível em: <<https://genderstudiesnetwork.wordpress.com/2010/10/18/hello-world/>>. Acesso em: 16 nov. 2015.

ADKINS, Lisa. Community and economy: a retraditionalization of gender? **Theory, Culture and Society**, v.16, n.1, p.117-137, 1999.

BANKS, Mark; MILESTONE, Katie. Individualization, Gender and Cultural Work. **Gender, Work and Organization**, v.18, n.1, p.73-89, jan.2011.

BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR., Thomaz. O paradoxo de Mozart: carreiras nas indústrias criativas. **Organizações & Sociedade**, v.17, n.53, p.259-277, abr./jun. 2010.

BECK, Ulrich. **Risk Society**. Londres: Sage, 1992.



BIANCHINI, Franco; PARKINSON, Michael. **Cultural Policy and Urban Regeneration**. Londres: Routledge, 1993.

CASTELLS, Manuel. **The power of identity**. 2 ed. West Sussex: Wiley-Blackwell, 2010.

CONOR, Bridget; GILL, Rosalind; TAYLOR, Stephanie. Gender and creative labour. **The Sociological Review**, v.63, n. S1, p.1-22, maio 2015.

CONNELL, R.W. Change among the Gatekeepers: Men, Masculinities, and Gender Equality in the Global Arena. **Signs: Journal of Women in Culture and Society**, v.30, n.3, p.1801-1825, 2005.

CORAZZA, Rosana Icassatti. Criatividade, inovação e economia da cultura: abordagens multidisciplinares e ferramentas analíticas. **Revista Brasileira de Inovação**, v.12, n.1, p.207-231, jan./jun.2013.

DCMS. **Creative industries mapping document**, 1998. Disponível em: <[http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive\\_1998/Creative\\_Industries\\_Mapping\\_Document\\_1998.htm](http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_1998/Creative_Industries_Mapping_Document_1998.htm)>. Acesso em: 3 out. 2015.

ELIAS, Juanita; BEASLEY, Christine. Hegemonic Masculinity and Globalization: “Transnational Business Masculinities” and Beyond. **Globalizations**, v.6, n.2, p.281-296, 2009.

FLEMING, Tom (Ed.). **The Role of the Creative Industries in Local and Regional Development**. Manchester: FOCI, 1999.

FLORIDA, Richard. **The rise of the creative class**: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. Nova York: Basic Books, 2002.

\_\_\_\_\_. **The flight of the creative class**: the new global competition for talent. Nova York: Harper Collins, 2005.





GILL, Rosalind. Unspeakable Inequalities: Post Feminism, Entrepreneurial Subjectivity, and the Repudiation of Sexism among Cultural Workers. **Social Politics**, v.21, n.4, p.509-528, inverno 2014.

HARTLEY, John. **Creative Industries**. Londres: Blackwell, 2005.

HUGHES, Christina. Gender, craft labour and the creative sector. **International Journal of Cultural Policy**, v.18, n.4, p.439-454, 2012.

JESUS, Diego Santos Vieira de. Mundo macho: homens, masculinidades e relações internacionais. **Revista Brasileira de Estudos Políticos**, n.109, p.309-364, jul./dez. 2014.

KIMMEL, Michael S. Global masculinities: restoration and resistance. In: PEASE, Bob; PRINGLE, Keith. (Ed.) **A Man's World?: Changing Men's Practices in a Globalized World**. Nova York: Palgrave, 2001, p.21-37.

LANDRY, Charles. Prefácio. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Org.) **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011, p.7-15.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira**. Brasília: FUNAG, 2014.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org.) **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007, p.95-113.

OLIVEIRA, João Maria de; ARAÚJO, Bruno Cesar de; SILVA, Leandro Valério. Panorama da Economia Criativa no Brasil. **Texto para discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**, n.1880. Rio de Janeiro: IPEA, out.2013, p.1-49.



PROCTOR-THOMSON, Sarah Belle. **Creative differences**: the performativity of gender in the digital media sector. Tese – PhD em Gender and Women's Studies. Centre for Gender and Women's Studies, Lancaster University, Lancaster, 2009.

SANTOS, Heloisa Helena de Oliveira. Moda e Economia Criativa: políticas culturais no Brasil contemporâneo. **Ciências Sociais Unisinos**, v.50, n.3, p.194-205, set./dez. 2014.

SHADE, Leslie Regan; JACOBSON, Jenna. Hungry for the job: gender, unpaid internships, and the creative industries. **The Sociological Review**, v. 63, n.S1, p.188-205, 2015.

SOMMERLUND, Julie; STRANDVAD, Sara Malou. Inhibited Intentionality and Cultural Work. **Culture Unbound**, v.7, p.271-283, 2015.

TAMS, Elly. **The Gendering of Work in Sheffield's Cultural Industries Quarter (CIQ)**. Tese – Doutorado. Sheffield Hallam University, South Yorkshire, 2003.

UNCTAD. **Creative Economy Report 2008** – The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy making. Nova York: UNDP – UNCTAD, 2008.

\_\_\_\_\_. **Relatório de Economia Criativa 2010** – Economia Criativa: Uma opção de desenvolvimento viável. São Paulo: UNDP – UNCTAD / Ministério da Cultura-Governo do Brasil, 2010.

UNESCO. **Creative Economy Report 2013 Special Edition** – Widening local development pathways. Nova York: UNDP – UNESCO, 2013.

\_\_\_\_\_. **Gender Equality, Heritage and Creativity**. Paris: UNESCO, 2014.