

A PARTICIPAÇÃO FEMININA NA INDÚSTRIA DA MÚSICA: ANÁLISE DAS CONTRIBUIÇÕES DO PROGRAMA ASA - ARTE SÔNICA AMPLIFICADA

Luciana Adão¹

31/05/2022

Resumo

Este artigo tem como propósito investigar os tipos de barreiras enfrentadas por mulheres na indústria da música, tendo como referência para análise o ASA – Arte Sônica Amplificada. Esse programa é resultado de uma parceria internacional entre Oi Futuro e British Council, em colaboração com as instituições britânicas Lighthouse e SheSaid.So e a brasileira WME – Women’s Music Event. Tem como objetivo impulsionar o desenvolvimento das carreiras e habilidades de mulheres que atuam no mercado do som e da música.

O artigo é um recorte de um estudo mais amplo acerca do ASA desenvolvido pela autora no Mestrado de Economia e Política da Cultura e Indústrias Criativas, realizado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul em parceria com o Itaú Cultural. Além de contribuir para a promoção da equidade de gênero na indústria musical brasileira, o ASA busca também influenciar no desenvolvimento de outras iniciativas similares no Brasil e no resto do mundo. A análise das contribuições desse programa para o tema aqui debatido basear-se-á em resultados preliminares sobre o seu alcance, os desafios e as barreiras recorrentes apontadas pelas participantes das duas primeiras edições do programa.

Palavras-chave: indústria musical, mulheres, equidade, carreira, programa ASA.

¹Discente do Mestrado Profissional em Economia e Política da Cultura e Indústrias Criativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Abstract

This article aims to investigate the types of recurrent barriers faced by women in the music industry, having as a reference for analysis the ASA – Arte Sônica Amplificada program. This program is a result of an international partnership between Oi Futuro and the British Council, in collaboration with the British institutions Lighthouse and SheSaid.So, and the Brazilian WME – Women's Music Event. As its main objective, aims to boost careers and skills development of women benefited by the program working in sound and music market.

The article is part of a broader study on ASA program, developed by the author in the Master's Degree in Economics and Politics of Culture and Creative Industries, carried out by the Federal University of Rio Grande do Sul and Itaú Cultural. In addition to contributing to the promotion of gender equity in the Brazilian music industry, ASA also seeks to influence the development of other similar initiatives in Brazil and the rest of the world. The analysis of the contributions of this program to the topic discussed here is based on preliminary results on its scope, challenges and recurring barriers pointed out by participants in the first two editions of the program.

1. Títulos das Seções/Títulos de las secciones/Section Titles

Esse artigo está dividido em cinco seções:

- *Contexto geral das questões de gênero na indústria da música no Brasil;*
- *Estruturação do programa ASA;*
- *Metodologia de monitoramento e avaliação do programa;*
- *Resultados preliminares do programa*
- *Conclusão.*

1 CONTEXTO

Sob o ponto de vista teórico, as questões e problemáticas tratadas no Programa ASA estão relacionadas às características e dinâmicas do mercado de trabalho do som e da música no Brasil, sobretudo no que diz respeito à promoção e às barreiras existentes quanto à equidade de gênero.

A segunda edição do estudo *Estatísticas de gênero: indicadores sociais do Brasil*² aponta persistentes e expressivas desigualdades entre homens e mulheres no mercado de trabalho. A taxa de participação da população em idade ativa indica que a participação de mulheres, com 15 anos ou mais de idade, foi de 54,5%, enquanto a de homens foi de 73,7%, uma diferença de 19,2%. O indicador para desigualdade de rendimentos do trabalho, em 2019, revela que as mulheres receberam 77,7%, ou seja, pouco mais de 3/4 do rendimento dos homens.

Essa assimetria também se reflete no relatório *Por elas que Fazem Música*³: as mulheres compõem apenas 15% do quadro de associados e respondem por apenas 9% dos rendimentos auferidos relativamente a direitos autorais.

Outra importante análise vem da pesquisa *DATA SIM 2019*, que teve como objetivo mapear o perfil profissional das mulheres no mercado da música no Brasil. Os resultados evidenciaram a predominância de mulheres da região sudeste : 72,1%. Outra característica detectada pela pesquisa é que a maioria se declara cis-gênero, branca e com idade entre 31 e 35 anos. As entrevistadas se caracterizam como profissionais altamente escolarizadas, vez que 38,3% das respondentes têm curso superior e 18,7%, pós-graduação completa. Apesar desse perfil, 47,7% têm até três ofícios para compor a renda mensal, sendo pelo menos um deles relacionado à música.

Esse quadro de desigualdade, em termos de gênero, não ocorre apenas no Brasil. Internacionalmente, no mercado da música, há instituições como *Key Changeou Female Pressure*, que atuam em prol da ampliação da presença feminina nessa indústria. Fazem-no publicando estudos, atuando em *policy advocacy* e pressionando agentes diversos – como, por exemplo, os festivais de música, para que se comprometam em ter pelo menos 50% do seu *line-up*/programação e de sua equipe compostos por mulheres.

² Produzida pelo IBGE

³ Publicado, em 2021, pela União Brasileira de Compositores.

Os dados acima convergem, em parte, com os resultados alcançados pelo ASA nas suas duas edições e foram obtidos a partir do monitoramento e avaliação dessa iniciativa. Tal quadro apresenta, portanto, desafios e barreiras, tanto no processo de construção do programa quanto no posicionamento das participantes na busca por inserção no mercado brasileiro da música.

2 PROGRAMA ASA

O programa ASA nasce de uma parceria internacional entre Oi Futuro e British Council, em colaboração com as instituições britânicas *Lighthouse* e *SheSaid.So* e a brasileira *WME – Women’s Music Event*. Para melhor contextualização do programa apresento aqui o perfil das instituições:

Oi Futuro - Instituto de inovação e criatividade da Oi, promove ações de educação e cultura para impacto positivo na sociedade. O instituto impulsiona iniciativas colaborativas e inovadoras, fomenta experimentações e estimula conexões que potencializam o desenvolvimento pessoal e coletivo.

British Council - Organização internacional sem fins lucrativos para relações culturais e oportunidades educacionais. Seu trabalho busca estabelecer a troca de experiências e criar laços de confiança por meio do intercâmbio de conhecimento e de ideias entre pessoas ao redor do mundo. A organização está presente em mais de 100 países e trabalha com parceiros como governos, organizações não governamentais e iniciativa privada, em ações relacionadas à promoção da língua inglesa, cultura, artes, educação e programas sociais.

Lighthouse - Organização localizada em Brighton, Reino Unido, especializada em pesquisar, conectar e apresentar os novos desdobramentos em arte, tecnologia, ciência e sociedade. Tem como objetivo descobrir e apresentar como artistas e seus trabalhos podem potencializar um lugar e suas comunidades.

Shesaid.so - Rede composta por mulheres que detêm papéis ativos na indústria da música. Sua comunidade internacional é diversa e composta por empresárias ou mulheres que

detenham cargos em todos os setores da indústria, de técnicas a gravadoras, RP à gerência, entre outros.

WME – Women’s Music Event - Plataforma de promoção do protagonismo feminino na indústria musical brasileira, que celebra em prêmio anual as mulheres que se destacaram nas mais variadas categorias do mercado musical do país.

Para a construção do programa, foi realizada uma imersão de profissionais brasileiros no Reino Unido, em algumas cidades e instituições. Entrevistas preliminares com agentes da indústria da música e, posteriormente, imersão da equipe britânica no Brasil, onde foram apresentadas pesquisas e estatísticas do país, realizadas visitas a outras instituições, estúdios e gravadoras, além de uma série de entrevistas com agentes da indústria musical do Brasil. Após seis meses de planejamento, deu-se a construção dos objetivos gerais, abaixo listados:

- *Capacitação e desenvolvimento de habilidades técnicas e pessoais com a contribuição de profissionais brasileiras e britânicas;*
- *Fortalecimento de redes e criação de comunidade ASA;*
- *Apresentar o panorama do setor musical com tendências do mercado, áreas de atuação e alternativas para geração de renda;*
- *Estruturar sessões de networking e conexões com o mercado, inclusive com oportunidades de performances em festivais.*

Também foram adotadas premissas desde a primeira edição do ASA, apresentadas a seguir:

- *Realizar a seleção das participantes através de chamada pública e estruturar um processo de monitoramento do programa;*
- *Realizar uma avaliação que permita um fluxo de melhoria constante ao longo do programa, além de insumos para a formulação das edições seguintes.*

O programa ASA teve as suas duas primeiras edições realizadas presencialmente, atendendo a cinquenta mulheres por edição, na cidade do Rio de Janeiro, além das participantes das atividades abertas nas cidades de Recife e São Paulo.

Resultados de alcance das duas edições:

- 250 mulheres capacitadas no Rio de Janeiro e Recife ;
- +1200 pessoas engajadas em atividades ASA (painéis, oficinas, shows);
- 23 sessões de capacitação facilitadas por 13 profissionais brasileiras e 12 britânicas ;
- Participação em 3 conferências de música em São Paulo (SIM SP), Recife (Porto Musical) e Portugal (MeetSSS);
- Visita técnica ao Rock in Rio 2019
- 630 horas de estúdio disponibilizadas para as participantes (ensaios, gravações, mixagem) no Labsonica
- 349 inscrições – aumento de 40% na procura pelo programa comparado à primeira edição em 2019

Vale destacar que a partir das duas edições analisadas neste artigo, uma terceira edição segue em plena realização em 2022, atualmente em fase de conclusão. Tal edição levou em conta alguns desafios que se apresentaram no Brasil e no Reino Unido, levando a uma reorganização do programa frente a possibilidade de ampliar o quantitativo de mulheres atendidas no programa em um cenário de pandemia. Nesse contexto, o programa passou a ser nacional e não mais local, atendendo a quatrocentas mulheres em 25 estados brasileiros, ampliando o desafio de formação de rede e comunidade, proporcionando novos formatos para o *networking* com a indústria da música, e personalizando a experiência e o atendimento a esse volume de participantes, entre outras mudanças em curso.

3 MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

O processo de monitoramento e avaliação, premissa adotada com o intuito de aperfeiçoar o ASA, buscou fornecer insumos para a melhoria das edições seguintes.

Para realizar o monitoramento, foi escolhida a consultoria Canella e Guerra – Aprendizagem e Desenvolvimento – que foi a responsável pela estruturação de todo o processo avaliativo nas três edições do programa.

Por demanda das participantes, a coordenação do monitoramento e toda a interface foi realizada com uma mulher, tendo o coordenador geral aberto mão dessa interlocução direta, permanecendo no campo analítico, resultando em troca da equipe a uma configuração inteiramente feminina. Os objetivos e principais funções e resultados esperados no processo de monitoramento foram:

Objetivos do Monitoramento e Avaliação:

- Saber se o programa atingiu os seus objetivos
- Saber se as atividades do projeto trouxeram novos saberes e práticas para as participantes
- Saber e avaliar o porquê das evasões, caso ocorram.
- Avaliação da percepção das participantes em relação ao programa

Principais funções e resultados esperados:

- Desenvolvimento de indicadores qualitativos e quantitativos, questionários, fichas, relatórios e outros documentos para avaliar e monitorar os projetos;
- Gestão e aplicação dos questionários, fichas e outros documentos referentes à avaliação e monitoramento dos projetos;
- Condução de abordagens qualitativas como grupos focais e/ou entrevistas em profundidade de acordo com a necessidade dos indicadores acordados;
- Produção de relatório parcial do projeto com os principais fatos ocorridos e descobertas;
- Produção de estudos de caso relatando trajetórias individuais mais relevantes de acordo com os objetivos do programa;
- Produção de um documento/relatório final – com todos os desdobramentos da pesquisa.

As atividades monitoradas geraram um relatório analisando comparativamente as duas primeiras edições da linha de base (início do programa) e linha final (encerramento do programa). Destacando, assim, o perfil das participantes, as redes de parcerias internas e

externas realizadas, os desafios enfrentados, a percepção sobre as organizações executoras e a expectativa pós-programa.

4 RESULTADOS PRELIMINARES

As duas primeiras edições trazem uma série de resultados que serviram de insumo para o planejamento da terceira edição e forneceram um diagnóstico, em determinado contexto, do que é ser mulher no ecossistema do som e da música no Brasil.

Metade dos participantes tinha entre 20 e 29 anos, e a outra metade entre 30 e 39, então 90% dos participantes tinha até 39 anos, caracterizando um grupo jovem, mas com alguma trajetória no mercado da música. Cerca de 30% dessas participantes atuavam no mercado há cinco anos e 37% há mais de 10 anos, ou seja, cerca de 70% das participantes já tinha uma trajetória na indústria da música.

Em relação à geração de renda, tínhamos 65% das participantes gerando até R\$2.000,00 e, dentro desse grupo, cerca de 20% delas não gerando recursos, dependendo do apoio familiar ou de bolsas de estudos em projetos sociais e culturais. Cerca de 9% gerava entre BR \$ 7000 e BR \$ 15000 que, para o Brasil, define uma camada socioeconômica muito privilegiada.

Uma das questões levantadas nos processos de avaliação e monitoramento do programa ASA, especialmente nos Grupos Focais, foi a ajuda de custo. Para muitas participantes, tal ajuda deveria ser oferecida a todas, senão para a maioria, não somente para quem solicitou – incluindo, além do transporte, também alimentação. Algumas mulheres relataram que precisavam, mas não pediram porque consideraram que algumas colegas viviam em situação mais difícil que as delas.

Em relação à inserção no mercado de trabalho, tínhamos os perfis delineados:

50% das participantes inseridas no mercado do som;

35% trabalhavam em outras atividades;

20% estava desempregada, não trabalhava.

Essa realidade de 20% das mulheres desempregadas anunciava uma demanda de apoio extra do programa, como transporte e alimentação, para um grupo de participantes que de outra forma não poderiam participar.

Ao chegarmos na comparação da linha final da questão de inserção no mercado de trabalho, considerando a amostragem de respostas (cerca de 60 participantes das duas edições), destacamos que houve um crescimento de 50% na inserção no mercado de trabalho da música e do som. Do total que respondeu ao questionário, 72% hoje atua no mercado da música e do som/áudio, porém não necessariamente gerando renda.

Dentre as participantes que geram renda, cerca de 40% retiram seu sustento do trabalho com som/música. Destas, 10% tem ganhos fixos provenientes da música/som, e 30% tem ganhos incertos como freelancers. Outras 50% trabalham em áreas que não são da indústria da música e 10% estava desempregada.

Esse percentual aponta um grupo excluído do mercado do som, e cruza com a informação do DATA SIM, onde 47,7 % das mulheres precisam de até três empregos para composição de renda familiar.

Cabe ressaltar aqui que esses são alguns dados levantados preliminarmente, a partir dos relatórios da consultoria responsável pelo monitoramento e avaliação para a estruturação desse artigo, uma vez que a pesquisa de dissertação está em estágio inicial.

4 CONCLUSÃO

As persistentes desigualdades evidenciadas ao longo das estatísticas dos diversos órgãos e institutos de pesquisa adensam a importância da implementação de um programa como o ASA, para que haja ampliação no número de mulheres capacitadas e que as mesmas ocupem cada vez mais lugares relevantes no ecossistema do som e da música.

Ao longo das edições do programa inúmeras barreiras como:

-Não saber construir portfólios qualificados;

- O pouco conhecimento sobre a importância das atividades profissionais relacionadas diretamente com o som, onde há disponibilidade de estúdios para pesquisas e gravação dos produtos finais;

- E como desdobramento, as poucas habilidades relacionadas à realização de *pitchings*, ou seja, apresentar de forma qualificada o seu projeto de forma a despertar interesses múltiplos nos formadores de opinião, investidores e potenciais apoiadores.

A necessidade de tempo livre, com alguma tranquilidade, para o processo criativo foi colocadocomo um dos maiores desafios, posto que a valorização financeira das atividades relacionadas ao som ainda está longe de ser ideal.

Em uma área proeminentemente masculina, que aloca as mulheres em papéis secundários e tendem a marginalizar sua atuação técnica, este programa vem promovendo, sobretudo, a construção de uma comunidade profissional e uma rede de confiança, fundamentais para as transformações e mudanças deste mercado.

REFERÊNCIAS:

Bibliográficas:

Música: estudos setoriais [recurso eletrônico] / organizadores André Moreira Cunha, Luiza Peruffo, Camila Cauzzi [e] Gustavo Möller. – Porto Alegre: Editora UFRGSCEGOV, 2020.

PROGRAMA ASA:

<https://oifuturo.org.br/editais/programa-asa/>

https://youtu.be/NGkJt_AbKio

<https://youtu.be/8ybvKmEFOsc>

PESQUISAS:

Mulheres na indústria da música no Brasil, DATA SIM, 2019. <https://mailchi.mp/simsaopaulo.com/mulheres-na-industria-da-musica-nobrasil>

Por elas que fazem a Música, União Brasileira de Compositores 2021.

Relatorio-2021 (ubc.org.br)

Estatísticas de Gênero: Indicadores sociais das mulheres no Brasil – 2ª edição. <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/genero/20163-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil.html?=&t=sobre>

