

UMA ANÁLISE DA PARTICIPAÇÃO FEMININA NO MERCADO MUSICAL BRASILEIRO

Alessandra Helena de Jesus
Cláudia Parra

Este estudo tem como objeto de análise a atuação feminina no mercado da música no Brasil. O crescimento recente da participação de mulheres no setor, mesmo que discreto, revela que elas estão na direção certa. No entanto, o tópico ainda merece atenção e discussão, uma vez que mesmo diante desse aumento, musicistas, cantoras, gestoras, produtoras, entre outras, representam números muito baixos quando comparados com a atuação masculina. O objetivo, portanto, é analisar, por meio de pesquisa exploratória, em qual nível e como acontece a participação feminina no mercado musical brasileiro a fim de propor uma discussão que aponte recursos e estratégias (coletivas) que auxiliem no impulsionamento e fomento da atuação feminina. Foi realizada uma análise dos relatórios “O que o Brasil ouve - Mulheres na música”, de 2022 e 2023, do ECAD- Escritório Central de Arrecadação e Distribuição, para uma comparação evolutiva dos números referentes à participação efetiva de mulheres no mundo da música. Foi possível observar que ao comparar os dois relatórios, o segundo ano apresentou uma melhora tímida em apenas alguns indicadores, evidenciando ainda um cenário árduo para elas. Entre diversos números discrepantes, um dado impactante é que apenas 8% do valor total de direitos autorais de música foram destinados às mulheres em 2022. O documentário “Elas que lutam” produzido pela casa Natura Musical e ONErpm Studios, salienta que o “ser mulher” é fator que inicia os preconceitos e dificuldades quando se trata do meio profissional. Buscando encontrar possíveis meios de reverter esse quadro em que as mulheres continuam com participação pequena em todo esse ecossistema cultural, ações coletivas surgem como instrumentos de enfrentamento e empoderamento e podem, dessa forma, funcionar como recursos importantes na busca pela igualdade de gênero no que diz respeito aos agentes atuantes no mercado da música. Dentre os movimentos encontrados com ações nessa direção, dois são destacados aqui: o *Women's Music Event* (WME) criado em 2017 para fortalecer e aumentar o protagonismo feminino na indústria da música e o *AmplifyHer: Voicing the experience of women musicians in Brazil* (2021), financiado pelo Global Challenges, um estudo piloto para avaliar os desafios mais urgentes (falta de exposição na mídia, acesso deficiente a oportunidades de trabalho, receita e financiamento) que as musicistas femininas enfrentam no Brasil. A divulgação e visibilidade dessas ações coletivas são de extrema importância para a continuidade do aumento da atuação de mulheres no mercado da música.

Palavras-chave: Mercado musical. Igualdade de gênero. Participação feminina.