



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Julia Carolina do Nascimento Ourique

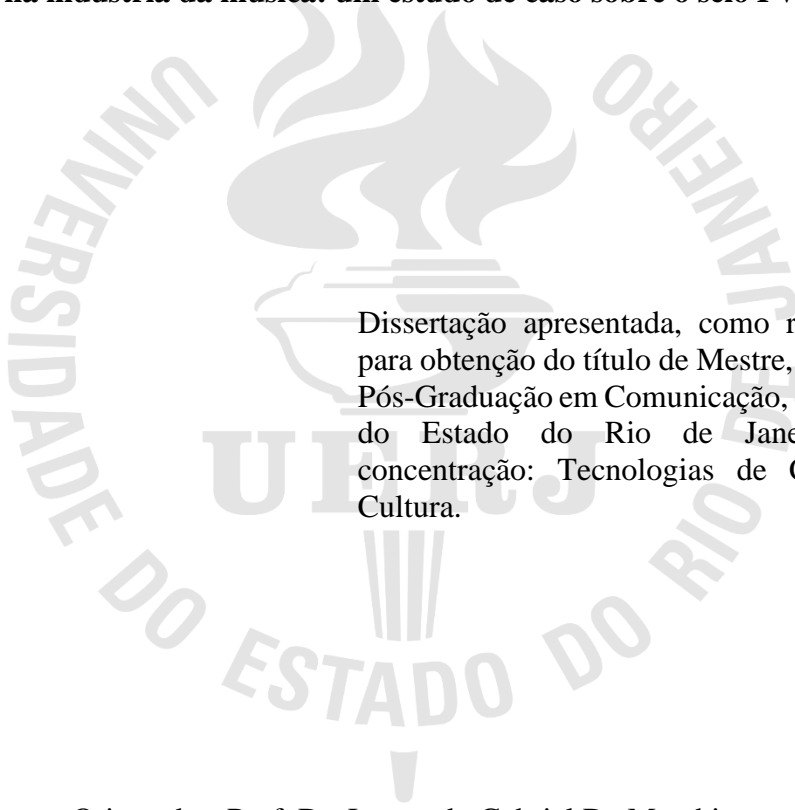
**Feminismo na indústria da música: um estudo de caso do selo PWR *Records***

Rio de Janeiro

2023

Julia Carolina do Nascimento Ourique

**Feminismo na indústria da música: um estudo de caso sobre o selo PWR Records**



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Tecnologias de Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. Leonardo Gabriel De Marchi

Rio de Janeiro

2023

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

O93 Ourique, Julia Carolina do Nascimento  
Feminismo na indústria da música: um estudo de caso sobre o selo PWR  
Records / Julia Carolina do Nascimento Ourique. – 2023.  
139 f.

Orientador: Leonardo Gabriel De Marchi.  
Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.  
Faculdade de Comunicação Social.

1. Feminismo – Teses. 2. Mulheres na música – Teses. 3. Indústria musical –  
Teses. I. Marchi, Leonardo Gabriel de. II. Universidade do Estado do Rio de  
Janeiro. Faculdade de Educação. III. Título.

bs

CDU 316.77

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta  
dissertação, desde que citada a fonte.

---

Assinatura

---

Data

Julia Carolina do Nascimento Ourique

**Feminismo na indústria da música: um estudo de caso sobre o selo PWR *Records***

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Tecnologias de Comunicação e Cultura.

Aprovada em 27 de fevereiro de 2023.

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Leonardo Gabriel de Marchi (Orientador)

Faculdade de Comunicação Social - UERJ

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Cíntia Sanmartin Fernandes

Faculdade de Comunicação Social - UERJ

---

Prof. Dr. Marcelo Garson Braule Pinto

Universidade Federal do Paraná – UFPA

Rio de Janeiro

2023

Dedico este trabalho ao Sirius, a melhor companhia e o mais puro amor.

Eu sou aquilo que ninguém mais  
acredita Eu sou a puta, eu sou a  
santa e a banida  
Sou a bravura e os surtos de Anita  
Garibaldi Bandeira baixa ou  
bandeira que agita

Sou como rua, beco podre da  
cidade Eu sou os filhos malparidos  
da nação Sou a coragem até no grito  
dum covarde  
O que não basta, não se entende, eu sou um furacão

Você vai lembrar quando eu te olhar lá de  
cima Vai reconhecer e vai respeitar  
minhas cinzas

Agora o meu papo vai ser só com a  
mulherada Nós não é saco de bosta pra levar  
tanta porrada Todo dia umas 10 morrem, umas  
15 são estupradas  
Fora as que ficaram em casa e por nada são espancadas

Qual que é o teu problema? É fé pequena ou mente  
ruim? Quem foi que te ensinou a tratar as  
muié assim? Agora fica esperto porque a  
coisa vai mudar  
Se for tirar farinha com as mulher, pode apanhar!

*Mulamba, Mulamba*

## AGRADECIMENTOS

Quando imaginava o período da pesquisa e da escrita da dissertação, sempre previ o caos. Tive a sorte de ter ao meu lado pessoas que me mostraram que é possível prosseguir, mesmo durante uma pandemia, após a perda de alguém querido, e sobrevivendo a um governo fascista. Começo agradecendo a todas as mulheres da música que me apoiaram e incentivaram durante esta pesquisa, apontando caminhos, soluções e novas formas de encarar o desafio que me propus. Em especial, às mulheres da PWR Records, eu esperava estudar a força de vocês e acabei encontrando a minha força. Agradeço meu orientador, Prof. Dr. Leonardo De Marchi, que tomou meu projeto como se também fosse dele, trazendo ideias e direcionamentos. Seu companheirismo durante este período foi importante para seguir acreditando e trabalhando na minha pesquisa.

Gostaria de agradecer aos colegas e professores do Programa de Pós-graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, principalmente, à professora Cíntia Sanmartin Fernandes e a doutoranda Asmyne Barbara. Aprendi na UERJ muito mais do que esperava, cresci como profissional, me descobri uma persistente pesquisadora e devo tudo às trocas em salas de aula e nos grupos de alunos. Também reconheço a importância de quem me iniciou no caminho do feminismo, a professora Márcia, ainda no Ensino Fundamental. Agradeço às companheiras e companheiros de pesquisa no Laboratório de Culturas e Humanidades Digitais – LabCult, pelas enriquecedoras conversas e troca de experiências. E destaco também a importância das orientações bibliográficas do Prof. Dr. Marcelo Garson, tendo sido essencial na descoberta de autoras que falavam sobre feminismo na música.

O amor à música era uma paixão platônica que se tornou realidade na minha vida. Durante esta pesquisa, em meio a uma vizinhança repleta de ruídos do cotidiano, tive a companhia de artistas que me acompanharam trazendo calma: Terra Mãe, Fluhe, E a Terra Nunca Me Pareceu Tão Distante, Grillo e os Mosquitos e *Vitamin String Quartet*. Também agradeço aos amigos e clientes da OrBe Comunicação que me apoiaram, fosse por boas energias ou me consolando nos momentos de estafa, entre eles, Tuuh e Aline Happ.

Por fim, e não menos importante, agradeço à minha família e amigas, que mesmo de longe, me acompanharam nos momentos mais importantes desta trajetória, fosse por conselhos ou abraços quentinhos. Agradeço, em especial, a Jonathan Beer, Cátia Guimarães, Tereza Nascimento e Taciane Lopes, pelos conselhos, pelo amor e por acreditarem em mim.

## RESUMO

OURIQUE, Julia Carolina do Nascimento. *Feminismo na indústria da música: um estudo de caso sobre o selo PWR Records*. 2023. 139f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

A pesquisa analisa a relação entre ativismo, feminismo e a indústria da música a partir do estudo de caso do selo PWR Records. Trata-se de um selo brasileiro, dedicado a trabalhar somente com artistas mulheres, assumindo, com isso, uma postura política de apoio à causa feminista na indústria da música. Nesta dissertação entende-se que esse caso abre uma oportunidade para se discutir como, na prática, dão-se as dificuldades estruturais das artistas mulheres no mercado de música profissional e as possíveis soluções. Realizando um estudo de caso único, exploramos a história do selo PWR Records, fundado em Recife (PE), em 2016, dedicado a promover apenas artistas mulheres (intérpretes, musicistas e/ou compositoras). Como técnica de pesquisa utilizou-se: pesquisa bibliográfica, entrevistas semiestruturadas com a criadora do selo e artistas do *casting*, além do levantamento de dados sobre a participação de mulheres no mercado da música. Ao longo do texto, discutem-se os avanços do feminismo no Brasil, o atual estágio do movimento feminista e as contribuições do ativismo feminista para o movimento (capítulo I). Em seguida, analisamos as recentes transformações da indústria da música e o papel da mulher nesse negócio (capítulo II). Por fim, apresenta-se o estudo de caso da PWR Records (capítulo III). Como conclusão, discute-se como a PWR Records – e iniciativas parecidas – podem auxiliar as mulheres a se consolidarem como profissionais na indústria da música brasileira.

Palavras-chave: PWR Records. Mulheres na indústria da música. Feminismo. Ativismo.



## ABSTRACT

OURIQUE, Julia Carolina do Nascimento. *Feminism in the music industry: a case study about PWR Records label*. 2023. 139f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

The research analyses the relation between feminist activism, feminism, and the music industry from the case study of PWR Records music label. Which is a Brazilian music label, dedicated to divulge and to produce, exclusively, women in music, assuming, with that, a politic posture of support of the feminist cause in music industry. In this dissertation we understand that this case opens up an opportunity to discuss how, in practical terms, the difficulties happen to the women in professional music industry. Conducting a unique case study, we discover the history of PWR Records music label, founded in Recife (PE/BR), in 2016, dedicated to promoting only women in music (singers, musicians and/or composers). To achieve this objective, an exploratory case study was carried out on the PWR Records label, founded in Recife (PE), a northeast region in Brazil, in 2016, dedicated to promoting only women from music (performers and/or composers). As a research technique, we used: a bibliographic review, semi-structured interviews with the label's creator and her artists, as well a data survey about the participation of women in the music industry. Throughout the text, are discussed the advances of feminism in Brazil, the current stage of the feminist movement, and the contributions of feminist activism to the movement (chapter I). Then, the recent transformations in the music industry and the role of women in this business are discussed (chapter II). Finally, the case study of PWR Records (chapter III) is presented. In conclusion, we believed that initiatives such as PWR Records can help women consolidate themselves as professionals in the Brazilian music industry.

Keywords: PWR Records. Women in the music industry. Feminism. Activism.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cartaz de anúncio da turnê Sem sair na Rolling Stone mais bem sucedida .....	67
Figura 2 - Trecho da apresentação da Beyoncé no VMA em 2014.....	86
Figura 3 - Hannah Carvalho e Letícia Tomás, respectivamente, em 2017.....	97
Figura 4 - Troca de tuítes entre Letícia Tomás e a banda Gorduratrans .....	98
Figura 5 - Larissa Conforto na oficina de Linguagem Rítmica, em 2016.....	101
Figura 6 - Gabriela Terra na oficina de Guitarras e Pedais, em 2016 .....	102

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Total de mulheres registradas na UBC entre os anos de 2018 e 2022 .....	76
Gráfico 2 - Faixa etária das mulheres na música registradas na UBC .....	78
Gráfico 3 - Comparativo entre os anos de 2018 e 2022 de mulheres registradas na UBC.....	79
Gráfico 4 - Onde estão as mulheres e pessoas não-binárias da música no Brasil?.....	114
Gráfico 5 - Quais gêneros musicais tocam essas mulheres pessoas não-binárias? .....	115
Gráfico 6 - Se prevalecem projetos solos ou bandas? .....	115

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Lançamentos PWR Records durante o ano de 2021 ..... 108

Tabela 2 - Lançamentos PWR Records durante o ano de 2022 ..... 110

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>1</b>	<b>FEMINISMO E ARTE</b> .....	18
1.1	<b>Ondas feministas no Brasil: ontem e hoje</b> .....	18
1.2	Artivismo e música .....	37
<b>2</b>	<b>TRANSFORMAÇÕES DA ECONOMIA DA MÚSICA</b> .....	47
2.1	O início da música independente no Brasil: décadas de 1970 a 1990 .....	48
2.2	Mudanças na indústria fonográfica na era digital: décadas de 2000 e 2010 .....	53
2.3	As mulheres na indústria da música .....	75
<b>3</b>	<b>FEMINISMO NO MERCADO DA MÚSICA</b> .....	94
3.1	De Pernambuco para São Paulo: como duas garotas iniciaram um selo feminista .....	96
3.2	Feminismo da quarta onda e um modelo de negócio .....	111
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	122
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	126

## INTRODUÇÃO

Pensei muitas vezes em abandonar essa pesquisa. Alguém ainda se importa com o feminismo na indústria da música? Ver uma mulher no palco empunhando uma guitarra ainda arrepia o público? A ideia de passar dois anos pesquisando algo que ninguém nunca ia levar a sério ou, muito menos ler, me fez mal por muito tempo e assim eu deixei esse projeto de pesquisa abandonado por dois anos. A virada aconteceu em 2020, quando passei por uma perda pessoal que me fez enxergar que é preciso amar como se não houvesse amanhã. E eu me importo com o feminismo, e amo ver uma mulher no palco empunhando uma guitarra, essa pesquisa foi pensada para pessoas como eu, que amam e vivenciam diariamente a música. Originalmente, minha pesquisa abordaria os afetos e a produção de presença que existem entre fãs e as mulheres instrumentistas do rock independente. No entanto, enquanto avançava neste tema vi que fui perdendo o caráter técnico que queria dar à minha pesquisa de mestrado, sendo mais uma vez engolida pela paixão que o tema gera em mim. Durante o mestrado, amadureci as noções que tinha a respeito da indústria da música e sobre a academia, e as conversas na qualificação fortaleceram o tom que a pesquisa ganhou.

Quando comecei a estudar feminismo, em 2014, sempre me perguntavam por que trazer um assunto tão ultrapassado para a minha vida: mulheres podiam fazer tudo, tínhamos até uma mulher como presidente! Por outro lado, eu começava a dar meus primeiros passos no mercado da música e enxergava que isso não era verdade. Quando frequentava shows, acreditavam que eu estava acompanhando algum homem; quando meu *release* sobre música e política era elogiado, perguntavam se não tinha sido meu chefe quem o escreveu; quando me visitam em casa e encontram o meu violão, dirigem-se ao meu namorado e perguntam se ele quem toca. Escrever sobre a mulher na música e sobre o seu trabalho na indústria da música tornou-se um objetivo de vida para mim.

Em 2016, acontecia no Rio de Janeiro uma cena que fervilhava com discursos feministas, oficinas de bateria gratuita para mulheres e manifestações políticas a favor da presidenta Dilma Rousseff. Nesta época era comum ir aos shows de rock independente e ouvir discursos como os de Larissa Conforto, baterista, que contava que foi preciso tornar-se *backing vocal* para poder ter voz dentro da sua própria banda, em uma cena que privilegia homens e silencia mulheres. Que ao contar a sua história, teve a possibilidade de atingir outras mulheres, inspirar mudanças ao seu redor (MEDICI; CASTRO; MONTEIRO, 2017, p. 9). Eu fui uma destas mudanças, enquanto dava meus primeiros passos na pesquisa sobre o feminismo na música independente, percebi que estava em um relacionamento abusivo e me divorciei. Se

música era capaz de operar tantas mudanças ao meu redor, me parecia importante explorar mais esse assunto, era um fenômeno que chegou para ficar e eu queria fazer parte disso. De lá para cá, muita coisa mudou e o país enfrentou um governo que destruiu o Ministério da Cultura e dividiu homens e mulheres em cores azul e rosa.

Na pesquisa anterior<sup>1</sup>, que serviu de base para esta dissertação, dirigi um documentário curta-metragem sobre mulheres instrumentistas no rock independente e tive acesso ao selo PWR Records<sup>2</sup>, na época, ainda com pouco mais de um ano e localizado em Recife (PE). A PWR Records é um selo musical<sup>3</sup> independente fundado em 2016, em Pernambuco, por duas amigas – Letícia Tomás e Hannah Carvalho – que criaram um mapeamento online de bandas com mulheres (ZINGLER, 2017). Neste primeiro momento, elas tinham como objetivos trazer estas artistas para realizar turnês em Recife (PE) e nas cidades da Região Nordeste, o que ajudaria estes projetos a ganhar uma maior visibilidade na mídia. Na época, o feminismo como posicionamento político pouco aparecia nas ações do selo, pelo menos de forma consciente. Em 2018, uma das criadoras do selo, Leticia Tomás, mudou-se para São Paulo, a fim de profissionalizar o selo e encará-lo como uma empresa capaz de movimentar o mercado. A partir desse momento, houve mudanças no selo que foram essenciais para o ponto em que estão hoje: curadoria de quais artistas desejam trabalhar, planejamento de estratégias a longo prazo para as artistas, serviço de mentoria e consultoria de projetos, e a criação de pontes entre artistas de diversos selos, cumprindo o que trazem como lema: *a potencialização da mulher na música*. Procuramos utilizar a história da PWR Records como exemplo das hipóteses de que, certas transformações no mercado da música favoreceram a criação e crescimento de empresas com direcionamento feminista.

As conversas que aconteceram naquele trabalho, ainda em 2017, originaram a questão que guia esta dissertação: como o feminismo se insere na indústria da música? Propomos, como hipótese inicial deste estudo, a possibilidade de certas configurações contemporâneas na indústria da música, como as transformações do analógico para o digital, permitirem uma maior associação entre o ativismo político e o empreendedorismo. Entre elas, estariam (a) a democratização do acesso à internet, proporcionando o aumento do contato entre fãs e profissionais da música por meio de redes sociais, como é o caso do mapeamento realizado pela

---

<sup>1</sup> A pesquisa mencionada chama-se “Produção do documentário ‘O futuro é feminino’” apresentada como Trabalho de Conclusão de Curso durante Especialização em Linguagens Artísticas, Cultura e Educação, no Instituto Federal do Rio de Janeiro, em 2018, com orientação do Prof. Dr. Tiago José Lemos Monteiro.

<sup>2</sup> A sigla pronuncia-se como a palavra *power* em inglês: *pau-ur*

<sup>3</sup> De acordo com Márcia Tosta (2000), em resumo, os selos musicais são pequenas empresas dentro da indústria da música que atuam em segmentos específicos, que não costumam ser valorizados pelas gravadoras *majors*, que por sua vez, são grandes empresas que investem em diversos gêneros musicais, em diferentes países.

PWR Records desde 2016; bem como (b) o recente estímulo da quarta onda feminista, que surgiu nas redes sociais e tornou-se vivência nas ruas por meio do ativismo. Como hipótese secundária, levantamos que a combinação de ativismo e feminismo, permitiu que profissionais da música pudessem se movimentar e divulgar as reivindicações da área entre diferentes plataformas digitais, possibilitando o surgimento de iniciativas como o selo PWR Records. Por meio destes encontros as mulheres promovem debates, compartilham experiências, estimulam a formação profissional de mulheres e articulam uma rede de negócios baseado na sororidade, ou seja, a prática da empatia e solidariedade entre mulheres, que indica que uma mulher se coloque no lugar da outra que também sofre opressão (OZORIO, 2021, p. 92).

O objetivo geral desta dissertação consiste em analisar como o feminismo, como ferramenta ativista, encontra espaço na reconfiguração da indústria da música na contemporaneidade. Por sua vez, os objetivos específicos contemplam: (a) conhecer a trajetória e a estrutura de negócio da PWR Records por meio do estudo de caso; (b) analisar por meio de entrevistas a questão de como o feminismo ajuda o selo musical a se conectar com artistas mulheres; (c) conhecer as estratégias utilizadas pela empresa para estimular a presença de mulheres na indústria da música. A pesquisa utiliza a trajetória do selo musical PWR Records como estudo de caso (DUARTE, 2005; YIN, 2001) para falar sobre o feminismo na indústria da música. Embora vivamos em uma época efervescente em questões sobre feminismo e estudos de gênero, ainda há escassez de pesquisas sobre o assunto em estudos da música e do som. Por se tratar de um fenômeno contemporâneo que ainda está em desenvolvimento, o estudo de caso exploratório é o mais adequado para esta pesquisa (YIN, 2001, p. 25) que é relatada por meio de entrevistas e observações, explorando o assunto e suas especificidades. Este formato se faz necessário a fim de explicar o fenômeno do ativismo dentro do modelo de negócio na indústria da música, utilizando como exemplo a experiência do selo musical PWR Records. É a partir das informações obtidas por meio do levantamento de dados e das entrevistas semiestruturadas individuais que se busca a compreensão de como se dá a relação entre feminismo e a indústria da música. Neste estudo de caso, não pretendemos representar uma *amostragem* do mercado da música, e sim, buscamos expandir a conversa sobre as possibilidades de fortalecimento desta área no Brasil. A intenção é ilustrar e explorar o crescimento do feminismo como valor dentro da cultura de determinadas áreas da indústria da música. O estudo de caso permitiu uma lógica de planejamento importante durante a pesquisa, possibilitando a investigação do “fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão



claramente definidos” (YIN, 2001, p. 32). As informações obtidas para dar corpo a este estudo de caso foram obtidas com o auxílio de um roteiro de entrevista que contou com pontos previamente estabelecidos por meio de uma pesquisa bibliográfica anterior voltada para a própria história da PWR Records e da relação das artistas com o selo musical.

Também vale ressaltar que o método do estudo de caso foi escolhido devido ao pouco tempo dedicado à pesquisa durante o curso de mestrado, desenvolvido em parte durante o período de pandemia de Covid-19, em que as viagens e encontros presenciais ainda eram limitados. A ideia inicial era, em uma prática inspirada pela etnografia, acompanhar o funcionamento da empresa *in loco*, fosse por meio de uma estadia longa ou por idas e vindas para São Paulo, aos fins de semana, para acompanhar as apresentações ao vivo e a recepção por meio do público, da imprensa e das próprias artistas do *casting* em relação ao selo musical. No entanto, a junção da pandemia e um trabalho em formato integral iniciado em dezembro de 2021, na Fundação Nacional de Artes, impossibilitaram que pudesse me ausentar das minhas tarefas profissionais por um longo período para dedicar-me à pesquisa. Como observa Kischinhevsky (2016, p. 289): “num curso de Mestrado, a ser concluído em dois anos, o corpus deve ser mais delimitado, sob pena de não se dar conta da análise dos dados coletados no trabalho de campo em tempo hábil”.

Entre as técnicas utilizadas durante a pesquisa, está a combinação da pesquisa bibliográfica alinhada às entrevistas em profundidade e semiestruturadas (MINAYO, 2011, p. 64) com uma das fundadoras do selo e A&R<sup>4</sup>, Letícia Tomás, que foi realizada de forma presencial durante os dias 15 e 16 de abril de 2022, em São Paulo (SP), onde também pude conversar com algumas das artistas do *casting* (Lori, LUMANZIN e o duo TØSCA, formado por Alice Gauto e Letícia Soto) e acompanhar uma *jam session* de LUMANZIN, uma das assessoradas. A entrevista semiestruturada permitiu que as artistas discorressem sobre o tema em questão sem amarras durante suas respostas. Este processo de entrevista ajuda a trazer profundidade às reflexões propostas na pesquisa:

A entrevista como fonte de informação pode nos fornecer dados secundários e primários de duas naturezas: (a) os primeiros dizem respeito a fatos que o pesquisador poderia conseguir por meio de outras fontes, como censos, estatísticas [...]; (b) os segundos [...] referem-se a informações diretamente construídas no diálogo com o indivíduo entrevistado e tratam da reflexão do próprio sujeito sobre a realidade que vivencia. Os cientistas sociais costumam denominar esses últimos dados de ‘subjetivos’, pois só podem ser conseguidos com a contribuição da pessoa. (MINAYO, 2011, p. 64)

---

<sup>4</sup> A sigla significa *Artists and Repertoire* que é uma parte da gravadora ou selo responsável pela pesquisa de talentos e desenvolvimento artístico das musicistas, trabalhando diretamente com as artistas junto à gravadora.

Além do estudo de caso e da técnica da entrevista, esta pesquisa também teve o auxílio da pesquisa bibliográfica, realizando revisão da literatura a respeito do ativismo e do feminismo contemporâneo. A partir desta fase da pesquisa, buscamos pensar a articulação entre arte e política, chamada de ativismo e que se torna cada vez mais presente na indústria da música contemporânea. A importância da construção de valores vai muito além da vida em sociedade e hoje se dá também no mercado da música, quando o fã também se enxerga como consumidor e exige certas posições políticas em relação ao artista e quem colabora com ele, como é o caso das gravadoras e selos. O posicionamento feminista da PWR Records só é possível graças ao amadurecimento que a indústria fonográfica passou nas últimas décadas, como observado pelo Prof. Dr. Leonardo De Marchi em seu livro “A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira”, permitindo que pequenas iniciativas musicais tivessem o mesmo alcance que grandes gravadoras.

Justamente o encontro entre ativismo e feminismo, um dos principais pontos desta pesquisa, que busca parte de suas referências no chamado feminismo de quarta onda, que vem a ser o movimento atual que inclui mulheres negras, periféricas, latinas e LGBTQ+. Iniciado junto aos levantes políticos empreendidos a partir de 2012 e 2013 em diversas partes do mundo, esta onda feminista trabalha junto a pensadores decoloniais para uma equidade de direitos em relação ao gênero, a raça e a classe social. Autoras como Grada Kilomba, bell hooks e Lélia Gonzalez fazem parte desta fase teórica do feminismo que surgiu das redes e das ruas e tomou a academia, diferenciando-se das anteriores impulsionadas por autoras, grupos de pesquisa, rodas de conversa e salas de aula. Algumas autoras têm alinhado o feminismo e a música em seus estudos e pesquisas, e fazem parte do caminho bibliográfico desta pesquisa, tais como Marion Leonard, Ellen Koskoff e Ann Werner, infelizmente todas fora do Brasil. Como já comentado anteriormente, os estudos de música que alinham feminismo e mercado da música ainda estão em estado germinal no país e por isso, o estudo de caso exploratório.

Este trabalho é desenvolvido em três capítulos. O primeiro capítulo busca dar conta do desenvolvimento do feminismo, de suas ondas, e discute o conceito de ativismo nas artes ou, melhor, ativismo. O segundo trata dos aspectos da transformação da indústria fonográfica, dando atenção especial à movimentação das mulheres no mercado da música. Por fim, no terceiro capítulo é apresentado o estudo de caso sobre o selo PWR Records. Nele, buscamos contar a história da empresa e como funciona na prática a união dos valores feministas e o mercado da música, para esta análise, também foram realizados trabalhos de

campo. Realizamos, nos dias 15 e 16 abril de 2022, entrevistas presenciais em São Paulo, com a responsável pela PWR Records, Letícia Tomás, e quatro das artistas que compunham o *casting* na época: Lori, LUMANZIN e o duo TØSCA, em busca de relatos testemunhais que possam nos guiar na busca de compreensão do fenômeno mercadológico no qual a PWR Records é o principal nome no Brasil.

## 1 FEMINISMO E ARTE

Esta dissertação parte da premissa de que o fazer artístico é político, ou seja, a arte tem uma dimensão política intrínseca e extrínseca, às vezes deliberadamente, mas sempre estrutural, uma vez que a arte estimula a exploração de novos horizontes e provoca afetos de forma objetiva e subjetiva nos indivíduos. Desta forma, iniciamos a nossa jornada pelo feminismo e a indústria da música no Brasil analisando os avanços políticos que permitem hoje que uma mulher periférica empunhe uma guitarra e discuta equidade de gênero. As ondas feministas no norte global não refletem o que aconteceu no Brasil, do mesmo jeito que as transformações na indústria da música nestes países também não se aplicam em como o mercado evoluiu em nosso país.

Longe de serem estanques, tais momentos conservam uma movimentação natural em seu interior, de fluxo e refluxo, e costumam, por isso, ser comparados a ondas, que começam difusas e imperceptíveis, e, aos poucos (ou de repente) se avolumam em direção ao clímax, o instante de maior envergadura, para então refluir numa fase de aparente calma, e novamente recomeçar. (DUARTE, 2003, p. 2)

Seguimos aqui as ondas feministas sugeridas por Eva Blay (2001, p. 82), que propõe três momentos para o movimento feminista no Brasil. Na primeira onda (século XIX), buscávamos pela educação das mulheres; na segunda onda (1930), ampliávamos a educação e lutávamos pelo direito ao voto; na terceira onda (1970), lutamos contra a ditadura, e a favor da implantação de creches, além do direito ao corpo, à sexualidade feminina, ao prazer e ao planejamento familiar. Acreditamos que é importante explicar as ondas feministas no Brasil porque é preciso saber de onde viemos para saber onde queremos chegar.

### 1.1 Ondas feministas no Brasil: ontem e hoje

Em 2022, no Dia Internacional da Mulher, o presidente do Brasil à época disse em seu discurso: “No meu tempo, ou a mulher era professora ou dona de casa. Dificilmente uma mulher fazia algo diferente disso nos anos 1950, 1960. Hoje em dia, as mulheres estão praticamente integradas à sociedade” (EFRAIM, 2022). O desprezo por mulheres é uma marca sempre presente em muitas falas do ex-presidente do país<sup>5</sup>. Embora no Brasil as premissas não sejam boas, ainda acreditamos que estamos no meio de uma revolução e esta não se dá de uma hora para outra, mas em pequenas doses de vitórias: O Uruguai aprovou o direito ao aborto, a

---

<sup>5</sup> Esta dissertação foi escrita entre o período de 2021 e 2023.

Argentina reconheceu o trabalho materno como atividade profissional válida para a aposentadoria, o Chile teve sua nova Constituição escrita por mulheres e homens em pé de igualdade numérica; e, mais recentemente, em 2022, a Colômbia, país ultraconservador, descriminalizou o aborto até a 24ª semana. Cada avanço no direito das mulheres é um novo passo na revolução feminista, mas eles ainda não são suficientes para diminuir a exploração racista e sexista (HOOKS, 2019, p. 229).

As palavras do mandatário brasileiro em 2022, embora desprezíveis, refletem a situação da mulher brasileira na sociedade atual: não estamos integradas, somos *cidadãs café com leite*. Durante a infância, quando crianças mais velhas brincam com crianças mais novas, os novatos são chamados de “café com leite”, ou seja, o que eles fizerem na brincadeira/jogo não tem efeito relevante dentro daquela atividade. As mulheres circulam em diversos ambientes, trabalho, escola, rua, casa e uma lista sem fins de lugares, porém, onde as coisas realmente são decididas: no poder legislativo e no executivo, a presença feminina é irrelevante. Em fevereiro de 2022, o Brasil estava na 145ª posição em relação a quantidade de mulheres na Câmara dos Deputados, com 14,8%, e no Senado Federal, com 17,3%, ficando atrás de países conservadores como a Arábia Saudita, o Paquistão, a Nigéria, entre outros (LADEIRA, 2022). Embora os números no Brasil sejam desesperadores, a situação a nível mundial não é muito diferente, mulheres são apenas 26,6% das parlamentares federais (LADEIRA, 2022). A desigualdade entre os gêneros também reaparece em pesquisas relacionadas ao mercado de trabalho e à divisão do trabalho doméstico. Nunca houve uma organização de mulheres que, de fato, buscasse o fim da opressão por meio da

[...] educação política, uma consciência de massa acerca da necessidade do movimento feminista. Esse tipo de estratégia é fundamental para que o feminismo possa ser um movimento político de impacto na sociedade como um todo, com consequências revolucionárias e transformadoras. (HOOKS, 2019, p. 233)

Desconsiderar a importância da educação política foi um dos erros das primeiras ações da Liberação Feminina, nome dado ao feminismo antes de se tornar um movimento político, e que continuou acontecendo em gerações futuras. Porém não é sobre este feminismo da primeira onda, abordada fartamente em livros e artigos (GARCIA, 2015; COELHO, 2019; HOOKS, 2019; JENAINATI; GROVES, 2020) de que desejo falar. Onde estavam as mulheres brasileiras quando houve as primeiras faíscas em relação aos direitos civis das mulheres? Estudando e incentivando outras mulheres a estudarem também (BLAY, 2017, p. 65). Na primeira onda, no Brasil da década de 20 do século XX, o objetivo era emancipar as mulheres brancas e permitir o voto feminino (BLAY, 2017, p. 66). Muito além do que assistimos em

filmes voltados para o tema, o Sufrágio brasileiro foi uma construção histórica coletiva e teve suas primeiras sementes já no século XIX, de acordo com Eva Blay, homens e mulheres brasileiros viajavam para os EUA ou a Europa e de lá traziam ideais que envolviam o fim da escravidão, a abolição da economia de base colonial e a implantação do regime republicano.

A professora, escritora e poetisa potiguar, Nísia Floresta (1810-1885), já em 1832 publicava a tradução de “Direitos das Mulheres e Injustiça dos Homens”, obra seminal do feminismo da primeira onda, escrita originalmente por Mary Wollstonecraft (1757-1797). A obra da escritora inglesa acredita que era responsabilidade do Estado fornecer os direitos civis às mulheres, tais como direito ao voto, à propriedade e a liberdade de expressão, e ainda, defendia o fim da ideia dominante da superioridade masculina. Seu livro anterior, “Reivindicação dos direitos da mulher”, foi uma resposta a Jean-Jacques Rousseau, quando este escreveu no livro “Emílio” que as mulheres eram naturalmente frívolas e guiadas pela emoção e, por isso, deveriam ser subordinadas ao homem no casamento (JENAINATI; GROVES, 2020, p. 27). Os escritos de Wollstonecraft influenciaram a busca de Nísia Floresta pelo maior acesso de mulheres à educação formal, até então limitada à escola de 1º grau para mulheres da elite.

As professoras sempre ganhavam menos e as que protestavam contra esta situação eram severamente punidas, como foi o caso da Professora Maria da Glória Sacramento, que teve seu salário suspenso por não ensinar prendas domésticas. Nessa época, surge a primeira mulher brasileira a defender publicamente a emancipação feminina, Nísia Floresta Augusta. (GARCIA, 2015, p. 5)

A primeira onda do feminismo foi diferente no Brasil do que no restante do mundo. A começar que o livro que deu início ao movimento na Europa e Estados Unidos, “A Reivindicação dos direitos da mulher”, foi publicado 40 anos depois no Brasil, graças à tradução livre de Nísia Floresta, tendo o mesmo efeito aqui, um país que acabava de sair do período colonial e transformava-se na exploração capitalista que conhecemos até hoje. Naquela época, ser uma mulher na sociedade era tornar-se um bem utilizado em trocas, e uma empregada a qual não se pagava nada em troca. Casavam-se jovens com homens escolhidos por seu pai e seu futuro era ser uma mãe, organizando e cuidando da casa, podendo também cuidar do pomar, além de atividades como fiação e tecelagem (COELHO, 2019, p. 26). A maioria das mulherevivía em casa, crescia analfabeta e dependendo da bondade masculina, fosse do próprio pai ou do marido, e vivendo o anonimato pois nem sequer havia registro de mulheres.

Com quinze livros publicados em português, francês, inglês e italiano, Nísia Floresta foi pioneira em um tempo que o ditado popular dizia que “o melhor livro é a almofada e o

bastidor” (DUARTE, 2010, p. 12) criando uma escola somente para meninas no Rio de Janeiro, o Colégio Augusto, que manteve entre 1838 e 1855, pois via “a educação como a condição primeira e fundamental para a libertação da mulher, da situação de opressão e de submissão em que se encontrava” (DUARTE, 2010, p. 15). Durante todo o tempo em que esteve aberto, o Colégio Augusto enfrentou uma forte campanha de críticas nos jornais, porém ele foi um dos primeiros passos para que pudéssemos alcançar o nível político-social de outros países, que já buscavam o voto feminino: “Nossas mulheres precisavam, primeiro, ser consideradas seres pensantes, para então, depois, pleitear a emancipação política” (FLORESTA *apud* COELHO, 2019, p. 30). A industrialização no Brasil trouxe como benefício a proibição, em 1850, do tráfico negreiro e, com isso, o movimento Abolicionista ganhou mais força. Embora contasse com mulheres entre as participantes ativas, somente recentemente o fato começou a ser desvendado pelos historiadores. Na época, as mulheres fundaram sociedades abolicionistas, chegando a existir, pelo menos 20 delas, no Rio de Janeiro, em São Paulo, em Pernambuco, no Rio Grande do Norte, no Ceará, no Amazonas, entre outros (GARCIA, 2015, p. 7). Destacaram-se na época Maria Firmina dos Reis (1825-1917), Maria Josephina Mathilde Durocher (1809-1893), Chiquinha Gonzaga (1847-1935), Maria Amélia de Queiroz (século XIX). Estas mulheres tinham algo em comum: eram todas alfabetizadas, escritoras, professoras e reconheciam que a liberdade dos escravizados era essencial para uma sociedade mais igualitária.

O ativismo abolicionista feminino sinalizou o início do fim da escravidão da porta para dentro e a afirmação das mulheres da porta para fora. Ainda que pedindo emancipação não para si, mas para os escravos, as abolicionistas puseram as mulheres brasileiras na política, coletivamente e de maneira inédita. (GARCIA, 2015, p. 7)

O abolicionismo fazia parte da imprensa da época e, não por acaso, também aparecia na dita *imprensa feminina*, nome dados aos veículos de imprensa que eram editados e, geralmente, de propriedade de mulheres, destacam-se nessa época os seguintes veículos: “O sexo feminino”, “O Jornal das Senhoras”, “A Família”, “A Mensageira”, entre outras publicações. De acordo com Garcia (2015, p. 10), todas estas publicações traziam uma visão voltada para valores familiares e nos papéis da esposa e da mãe, enquanto também valorizavam a educação da mulher como fundamental para o progresso do país e para a emancipação das mulheres. A estratégia destas feministas era que, a partir da educação, as mulheres aprenderiam sobre o controle masculino, e a partir deste conhecimento, partiriam para a liberdade financeira, afinal estariam preparadas para o mercado de trabalho, que só exigia educação formal até então. Com conhecimento e autonomia, estariam livres para tornar-

se melhores mães para seus filhos e uma companheira melhor para o seu marido. Para que as mulheres tivessem o básico, o direito à educação, foi necessário décadas de campanhas na imprensa, portanto, para alcançar o direito ao voto sem ofender os ideais da família tradicional brasileira, era preciso caminhar devagar.

A Constituição republicana de 1889 já previa, inicialmente, o direito de voto às mulheres, porém, atuar na política era considerado uma atividade desonrosa para a mulher e, por isso, a lei acabou como abolida. Já a Constituição de 1891 trazia a ambiguidade em seu texto que não proibia explicitamente o voto feminino, mas também não garantia explicitamente, ficando a decisão aos legisladores e ao poder judiciário a interpretação. O texto somente explicitava quem não poderia votar: mendigos, analfabetos, praças de pré (chamados hoje de praça) e religiosos de ordem monástica sujeitos a voto de obediência. Portanto, coube às mulheres interpretar que existia uma brecha na legislação e que esta deveria ser aproveitada. O resultado foi que várias mulheres buscaram o alistamento eleitoral e foram rejeitadas prontamente. Na época, enquanto alguns anti-feministas argumentavam que a mulher era um ser inferior, portanto não poderia votar, outros acreditavam que a mulher possuía superioridade moral, e que por isso era necessário protegê-la desse mal chamado política (GARCIA, 2015, p. 13). Diante desta limitação imposta pelos dominantes, foi criado em 1910 o Partido Republicano Feminino, primeiro e único partido feminino no Brasil, que marcava o início da consciência e organização política das mulheres brasileiras no século XX, sua criadora foi Leolinda Daltro (1859-1935), perseguida por políticos e imprensa, sendo ridicularizada pelas suas ideias, defendendo a luta dos índios por melhores condições e o voto feminino. Ainda de acordo com Garcia (2015, p. 14), “o estilo de ação política de Leolinda Daltro era peculiar. Invadia espaços exclusivamente masculinos, expunha-se pessoalmente às críticas, sempre buscando chamar a atenção da sociedade para as desigualdades e injustiças.”. O partido era presidido por Orsina da Fonseca, primeira mulher de Hermes da Fonseca (presidente do Brasil entre os anos de 1910 e 1914) e trouxe entre suas principais mobilizações uma marcha realizada nas ruas do Rio de Janeiro, em 1917, com participação de 90 mulheres, a fim de chamar atenção para a condição feminina no Brasil. Dois anos depois, Leolinda Daltro foi a primeira feminista brasileira candidata às eleições municipais, no Rio de Janeiro, porém teve o seu registro negado. Neste contexto da interpretação da lei, a primeira mulher eleita no Brasil aconteceu em 1927, no Rio Grande do Norte, que foi o primeiro estado a conceder o voto feminino e eleger a sua primeira prefeita: Alzira Soriano (BLAY, 2017, p. 66).

O sufrágio no Brasil durou as primeiras três décadas do século XX e o voto feminino só foi conquistado em 1932. Lideradas pela bióloga Bertha Lutz, as sufragistas frequentaram



a Câmara e o Senado, buscando convencer deputados e senadores a aprovarem a igualdade política feminina. Neste esforço também se envolveram as sufragistas norte-americanas e inglesas que Bertha conheceu em 1922, quando participou da Assembleia da Liga de Mulheres da Sociedade Pan-americana. Embora fosse do interesse de todas as mulheres, a maior pressão veio de mulheres da elite, que participavam da sociedade por meio de atividades beneficentes ligadas à Igreja Católica (BLAY, 2017). Foi dessa elite paulista que surgiu Carlota Pereira de Queiroz, médica que atendeu rebeldes e feridos durante a Revolução Constitucionalista, também conhecida como o golpe de Estado que colocou Getúlio Vargas no poder em 1930 Vargas (GARCIA, 2015, p. 17). A médica conseguiu eleger-se deputada federal, tornando-se a primeira mulher a ocupar o cargo, e foi a única mulher a assinar a Constituição de 1934, que consolidou o direito da mulher ao voto (BLAY, 2017, p. 67). A primeira conquista feminista no Brasil, o direito ao voto, foi conseguido à duras penas, porém como aconteceu em outros países foi uma atividade restrita às camadas mais abastadas, excluindo as trabalhadoras. Sem essa base social, o movimento não se formou como corrente e em breve teria que aguentar um forte golpe: a decretação do Estado Novo, em 1937. Sem democracia, o feminismo sofreu um novo refluxo. E assim as mulheres só conseguiram começar a votar em 1945.

Após o Golpe de 1937, as manifestações e os partidos políticos estavam proibidos. A dormência política retorna e mulheres que ousassem pedir melhores condições, fosse em relação ao aumento salarial, definição de carga horária de trabalho, ou a redução do trabalho infantil, eram presas. Na época, as reivindicações políticas das mulheres se organizavam sob o Partido Comunista Brasileiro (PCB), fundado em 1922, e que após a “intentona comunista”, em 1935, recebeu uma reação violenta do Estado, levando a prisões, torturas e deportação de homens e mulheres, entre elas Patrícia Galvão, Olga Benário, Nise da Silveira e Maria Werneck. As contradições encontradas dentro do PCB em relação à política de gênero eram um reflexo da sociedade capitalista que buscavam combater: “As mulheres eram mão de obra para as atividades do partido, desqualificadas fazendo tarefas ‘domésticas’ e não centrais. Mas foram presas e torturadas como os homens” (BLAY, 2017, p. 69).

O divórcio entre as duas teorias decorria da ênfase marxista apenas nas relações para a produção, a mercadoria, a troca, o valor, deixando de lado o papel das mulheres nesses campos. Onde ficava o fundamental valor do trabalho da mulher na produção do próprio trabalhador, o valor da produção da vida doméstica, o trabalho aplicado na reprodução humana? Como ignorar as relações de dominação entre homens e mulheres, entre as próprias mulheres de diferentes classes sociais? Onde ficava a análise da condição das mulheres negras, das minorias étnicas, das diferentes gerações? O marxismo ao criticar o capitalismo incluía aquelas dimensões? (*Ibid*, p. 73)

Nos anos 50, foi criado no Rio de Janeiro o Comitê de Mulheres pela Democracia, a fim de conquistar igualdade profissional, administrativa, cultural e política. Em 1952, foi realizada a primeira Assembleia Nacional de Mulheres, e em 1954, foi realizada uma conferência sobre os direitos da mulher na América Latina, sempre com o objetivo de alcançar a igualdade de direitos, a democracia e a anistia (GARCIA, 2015, p. 21). Em 1964, com o golpe que originou a ditadura Militar no Brasil, período este que durou até 1985, as associações feministas foram apagadas, fosse de postura liberal ou de esquerda. A década de 60 foi trágica em toda a América Latina, além do Brasil, também Argentina, Chile, Paraguai e Bolívia viveram ditaduras tenebrosas, com extinção de partidos, maior intervenção nos sindicatos, censura nos meios de comunicação e nas universidades. Durante este período, eram considerados subversivos temas de pesquisas voltadas para a realidade do país, falando sobre mortalidade infantil e materna, concentração do capital e movimentos sociais.

[...] resistir significava manter, sob pena de demissão ou prisão, as orientações acadêmicas e os conteúdos dos cursos e pesquisas [...]. Havia uma simbiose entre os dados produzidos pela academia, as reivindicações das mulheres e os movimentos sociais; a universidade devolvia à sociedade os dados das pesquisas, o conhecimento chegava à sociedade apesar da censura. (BLAY, 2017, p. 75)

A segunda onda feminista começava a dar seus primeiros passos na década de 60 em países da Europa e da América do Norte, e no Brasil, em 1961 foi promulgada a nova Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional – LDB, que trazia pela primeira vez o acesso à Educação como um direito básico, condenando “qualquer tratamento desigual por meio de convicção filosófica, política ou religiosa, bem como a quaisquer preconceitos de classe ou de raça” (BRASIL, 1961). Já em 1962, foi aprovado o Estatuto da Mulher Casada, que garantia que a mulher não precisaria pedir autorização ao marido para trabalhar, receber herança e, no caso da separação, poderia solicitar a guarda dos filhos. Até então, as mulheres casadas tinham o status civil equiparado a de um menor de idade, portanto, civilmente incapaz (GARCIA, 2015, p. 21). Graças aos avanços científicos da década de 60, com o acesso popularizado aos métodos contraceptivos, foi possível que as mulheres escolhessem quando e se gostariam de engravidar. As mulheres pela primeira vez poderiam escolher o tipo de vida que queriam levar e, com isso, a sociedade viu a participação da mulher no mercado de trabalho aumentar exponencialmente. Mas não o suficiente para que mulheres pudessem trabalhar e usufruir do fruto do seu trabalho: até 1962 elas ainda eram propriedade dos pais ou do marido, e assim também o era o seu dinheiro que deveria ficar sob responsabilidade do cônjuge (GARCIA, 2015, p. 16). Embora sejam grandes as conquistas, elas estavam restritas

às classes média e alta, as mulheres pobres ainda lidam, até hoje, com a dificuldade no planejamento familiar.

No Brasil, desde 1964, vivíamos uma ditadura militar e a resistência se organizou por meio de grupos políticos armados, universidades, em movimentos de mulheres, entre outros (BLAY, 2017, p. 75). Enquanto a mídia enfrentava a censura, foi por meio das pesquisas geradas nas universidades que foi possível conhecer a realidade do país, que enfrentava a elevação do custo de vida, alta mortalidade materna e infantil e a ausência de serviços públicos. As principais fontes de poder na sociedade, partidos políticos, sindicatos e imprensa, estavam limitadas devido à ditadura. Por isso, a parcela progressista da Igreja Católica foi a maior parceira dos movimentos de mulheres durante este período na década de 60, quando estas buscavam por um custo de vida menor, mais creches e serviços de saúde, enquanto também denunciavam a violência doméstica. É necessário mencionar, porém, que o apoio dos católicos existia desde que não se abordasse o tema da sexualidade, o que poderia levar a falar sobre a contracepção e o aborto, ambos assuntos rejeitados pela religião até hoje.

Era impossível evitar esses problemas que afligiam as mulheres da periferia – mas não só a elas. Como ignorá-los se no início de qualquer evento as mulheres perguntavam: ‘dona, como a gente faz para evitar?’ e ‘evitar’ significava evidentemente não ficar grávida ou interromper a gravidez! O aborto era e é proibido na maioria dos países da América Latina, impondo um procedimento ilegal e inseguro. (BLAY, 2017, p. 76)

Na década de 70, uma série de grupos feministas surgiram e se espalharam no país. Embora tivessem objetivos similares, nem sempre atuavam juntos. As pesquisas na universidade e os clamores dos movimentos feministas estavam em sincronia, e foi assim que, durante toda a década de 70, mulheres saíram às ruas para protestar contra o aumento do custo de vida, denunciar a violência doméstica e a ausência de creches e serviços de saúde. As mobilizações aconteciam nas portas de prefeituras – a fim de evitar a violência policial – e por ser responsabilidade da prefeitura a implantação de políticas públicas tais como: vagas nas escolas, creches públicas, atendimento médico e, até mesmo, ter o auxílio da polícia nos casos de violência doméstica. Nesta época foram criados o Centro de defesa dos Direitos da Mulher, em Belo Horizonte (MG); a Comissão de violência, no Rio de Janeiro (RJ); e os jornais Brasil- Mulher, em Londrina (PR), e o jornal Nós Mulheres, em São Paulo (SP), algumas destas iniciativas são de brasileiras que retornavam do exílio e traziam os reflexos da segunda onda feminista para o Brasil. As pautas abordavam assuntos como o divórcio, a sexualidade, o aborto e o estatuto civil das mulheres, além da Anistia, alcançada em 1979. Estes assuntos eram discutidos utilizando lemas, como “O pessoal é político”, “Quem ama não mata!” e “Nosso corpo nos pertence!”. O clamor por penas mais duras em relação à

violência doméstica é uma das principais pautas deste momento, principalmente após a morte de Ângela Diniz (QUEM, 2020).

Em 1976, a socialite mineira foi assassinada com quatro tiros numa casa na Praia dos Ossos, em Búzios (RJ), pelo então namorado Doca Street, réu confesso que acabou recebendo, em 1979, apenas dois anos de pena após a defesa utilizar a tese do “excesso culposo de legítima defesa da honra”, punição que não foi cumprida por se tratar de réu primário. Ângela Diniz era conhecida como a “Pantera de Minas”, uma mulher à frente do seu tempo que se divorciou, frequentava festas e viajava com as amigas: na mente do público da época, ela estava pedindo. Foi na virada dos anos 70 para os 80, com o retorno das feministas do exílio, que em Belo Horizonte mulheres começaram a se reunir no Centro de defesa dos Direitos da Mulher. Em entrevista ao podcast Praia dos Ossos, Mirian Chrystus conta, no episódio 7 - Quem Ama Não Mata, como eram montadas as manifestações da época: “Não havia manifestações, não era comum esse tipo de manifestação. Tinha havido, naturalmente, em 75 pela morte do Herzog, tinha havido a manifestação em São Paulo, Passeata dos Cem Mil, aquela coisa toda. Mas eram manifestações escassas, raras. E não feministas” (QUEM, 2020). Pensado e planejado por mulheres jornalistas mineiras da época, a manifestação tinha tons teatrais, utilizando a imagem religiosa das mulheres e reforçando o slogan do movimento: “Quem ama não mata”. As manifestações que reuniram centenas de mulheres pedindo por penas mais duras para o feminicídio aconteciam horas antes do Jornal Nacional, da TV Globo, a fim de que a pauta entrasse para a edição daquele dia. Diferentemente do primeiro julgamento, em 1979, quando a ditadura militar ainda era forte, dois anos depois a sensação era outra: com as mulheres do movimento feminista de volta, o sentimento agora era de “basta”. Em 1981, o assassino Doca Street foi condenado, e cumpriu, a sentença de 15 anos em regime fechado<sup>6</sup> (QUEM, 2020).

Desde muito cedo, o movimento feminista brasileiro exclui as mulheres indígenas, periféricas e negras e é justamente na década de 70 que as mulheres negras começam a disputar a fala em ambientes políticos, exigindo visibilidade para as suas demandas de classe. Fosse via associações de moradores em bairros periféricos e favelas, ou mesmo em universidades e em coletivos artísticos. A primeira metade dos anos 70 ficou conhecida como *milagre brasileiro*, e durante este período a força de trabalho feminina dobrou em cinco anos, enquanto a presença de mulheres nas universidades quintuplicou durante o mesmo período

---

<sup>6</sup> Para entender mais sobre como se deu o retorno do movimento feminista no Brasil na década de 70, ouça o episódio 7, "Quem ama não mata", do podcast Praia dos Ossos. Disponível em: <<https://www.radionovelo.com.br/praiadosossos/quem-ama-nao-mata>>.

(GONZALEZ, 2020, p. 144). Ainda de acordo com Gonzalez, esta situação econômica favorável aconteceu apenas para mulheres brancas de classe média. As mulheres negras representavam 83% da força do mercado de trabalho direcionado para trabalhos manuais, que não requisitavam escolarização e contavam com baixa remuneração; enquanto isso, as mulheres brancas na mesma posição na sociedade eram 61,5%. O posicionamento político de Lélia Gonzalez, uma das fundadoras do Movimento Negro Unificado, será identificado anos depois como feminismo interseccional, reunindo pautas de dominação sexual, de classe e de raça articuladas nas formas de opressão e hierarquização racial (GONZALEZ, 2020, p.12). Mas antes que possamos chegar aos anos 80 é importante mencionar a luta das mulheres negras, que não tinham suas vozes respeitadas dentro do movimento feminista e nem dentro do movimento de esquerda (GONZALEZ, 2020, p. 148). Enquanto os homens de esquerda reproduzem práticas sexistas do patriarcado dominante e tentam excluir as mulheres dos locais de poder no movimento, as mulheres feministas brancas enxergam as mulheres negras a partir das “práticas de exclusão e dominação racistas” (GONZALEZ, 2020, p.134), entendendo a questão racial como um subtema de menor importância dentro do feminismo.

(...) o feminismo latino-americano perde muito de sua força abstraindo um fato da maior importância: o caráter multirracial e pluricultural das sociedades da região. Lidar, por exemplo, com a divisão sexual do trabalho sem articulá-la com a correspondente ao nível racial é cair em uma espécie de racionalismo universal abstrato, típico de um discurso masculinizante e branco. Falar de opressão à mulher latino-americana é falar de uma generalidade que esconde, enfatiza, que tira de cena a dura realidade vivida por milhões de mulheres que pagam um preço muito alto por não serem brancas. (GONZALEZ, 2020, p. 129)

A importância de Lélia Gonzalez para o feminismo latino-americano só será reconhecida a partir da década de 2000, embora suas teorias de interseccionalidade e de antirracismo tenham influenciado diversas feministas, entre elas bell hooks e Djamila Ribeiro. O feminismo da terceira onda no Brasil politizou o mundo privado, o que acontecia dentro de casa não pertencia apenas ao casal ou à família, ele era fruto de uma sociedade e por isso, deveria ser discutido. Nesse debate também entrava a violência contra a mulher, o reconhecimento da empregada doméstica como profissional, e o fim da relação de dominação entre a patroa branca e a empregada negra (GONZALEZ, 2020, p. 127). As mulheres negras são sempre enxergadas como servis, como babás, empregadas, faxineiras, são sexualizadas desde a infância, tidas como objetos (GONZALEZ, 2020, p. 154). Por isso foi necessário que mulheres negras se reunissem para dar visibilidade às suas experiências e questões relacionadas aos dilemas de raça e classe, às questões históricas e culturais e os diferentes

papeis e representações sociais das mulheres a partir da sua condição racial no Brasil. A terceira onda no Brasil durou muito mais do que nos países da América do Norte e Europa, alcançando o período das décadas de 70 e 80, e foi durante a esse momento que mulheres negras e lésbicas são inseridas nas teorias feministas, que agora também contam com grande apoio da academia. As pautas políticas desta época enfatizam que os gêneros são construções sociais e compreende que as mulheres são oprimidas não apenas pelo gênero biológico, mas também pela sua origem étnico-racial, orientação sexual, idade etc. (BARRAGÁN *et al*, 2020, p. 258). A proposta é reunir todas as mulheres em torno de um objetivo em comum e interseccionalizar a luta (GONZALEZ, 2020, p. 16), além disso, também atribui papel ao homem na luta contra a opressão das mulheres, fator que não aconteceu nas ondas anteriores. No Brasil, o feminismo se organizou ainda mais, independentemente de partidos, e buscavam fazer mudanças constitucionais, exigindo em forma de lei que os direitos das mulheres na família, no trabalho e como cidadãs fosse igual aos dos homens, e somente o cenário de redemocratização tornou essas reivindicações possíveis.

É a partir da década de 80 que as mulheres adentram com mais intensidade ao campo político, e assim as feministas brasileiras participam das lutas gerais relacionadas à primeira eleição direta para governadores, em 1982; e ao movimento Diretas Já, em 1984 (GARCIA, 2015, p. 24). Além disso, as mulheres também atuavam na pauta da violência doméstica e demais violências de gênero, iniciando, ainda que timidamente, a inclusão de prostitutas na discussão (BLAY, 2017, p. 85). Com a bandeira do combate à violência doméstica, foram criados em São Paulo o Centro de Orientação Jurídica e Encaminhamento à Mulher – COJE, em 1983; e a primeira Delegacia Especializada no Atendimento da Mulher – DEAM, em 1985 (PASINATO; SANTOS, 2008, p. 10). Ainda de acordo com as autoras, estas políticas públicas se difundiram em outros estados do Brasil que possuíam alinhamento com as feministas locais, sendo criados diversos conselhos de direitos da mulher em cidades, na transição da ditadura militar para o governo democrático, estas atitudes permitiram que, no primeiro governo civil, entre 1985 e 1989, fosse criado o Conselho Nacional dos Direitos da Mulher – CNDM, primeiro órgão federal a tratar especificamente dos direitos das mulheres e peça importante na inclusão de pautas feministas na Constituição Federal de 1988. Ainda na mesma época também foi criado o SOS-Violência, serviço que prestava atendimento jurídico, psicológico e social às mulheres vítimas de violência, criando vínculos entre as feministas e as mulheres vítimas. Durante os anos 80 surgem também diversas ONG feministas, como a Rede Feminista de Saúde, CFEMEA, Fala Preta, SOS-Corpo, Geledés, Cepia, entre outras, além de grupos universitários como o NEIM – Núcleo de Estudos Interdisciplinares sobre a Mulher, criado

em 1983, em Salvador (GARCIA, 2015, p. 25).

Com o fim da ditadura militar no Brasil e o aumento da participação feminina nos movimentos políticos, em 1986 foram eleitas 26 deputadas federais eleitas, ainda que representassem apenas 10% da Câmara, sua presença foi essencial para que a Constituição de 1988 se tornasse uma das mais avançadas do mundo em relação a igualdade de direitos civis entre mulheres e homens. Foi com a nova Constituição que o país viu profissões que eram em sua maioria exercidas por homens, como economistas e advogados, receberem uma grande presença de mulheres via concurso, que agora era obrigatório para o preenchimento de cargos no serviço público. Para alcançar estes objetivos foi criada a campanha “Constituinte pra valer tem que ter palavra de mulher!”, lema do chamado *lobby do batom*, termo pejorativo dirigido à força-tarefa de mulheres que participaram do processo da Assembleia Nacional Constituinte que foi realizada entre os anos de 1986 e 1988.

No longo caminho de construção da cidadania das mulheres, a Constituição Cidadã de 1988 representa um marco histórico: proclama a igualdade jurídica entre homens e mulheres; amplia os direitos civis, sociais e econômicos das mulheres; estabelece a igualdade de direitos e responsabilidades na família; define como princípio do Estado brasileiro a não-discriminação por motivo de sexo, raça e etnia; proíbe a discriminação da mulher no mercado de trabalho e estabelece direitos reprodutivos, a licença maternidade foi ampliada para 120 dias e buscando a igualdade obteve-se a licença paternidade. Também foi reconhecida a necessidade de coibição à violência que ocorre no âmbito familiar. (GARCIA, 2015, p. 26)

Nas décadas de 90, 2000 e 2010, embora não sejam consideradas uma onda formalmente, os movimentos feministas seguem se expandindo e focam em investir na presença feminina nos espaços onde se elaboram leis e programas de políticas públicas, propondo debates e reformas na saúde, educação e outras áreas da responsabilidade do Estado; também direcionam esforços para construção de conselhos e desenvolvimento de ações afirmativas para promoção dos direitos. Embora tenha acumulado conquistas, a união dos movimentos feministas com o Estado traz conflitos desde sua concepção, pois diversas teorias feministas enxergam no Estado uma instituição patriarcal, de homens que governam para homens (SANCHEZ, 2021, p. 63). Desta união entre feminismo e o Estado, surgiram avanços como o Programa de Atenção à Saúde da Mulher, do Ministério da Saúde; a Comissão Parlamentar de Inquérito – CPI que investigou, em 1992, pela primeira vez, números da violência contra a mulher, gerando, 20 anos depois, a Comissão Parlamentar Mista de Inquérito – CPMI que promulgou, em 2006, a Lei Maria da Penha<sup>7</sup>; e a PEC das Domésticas,

---

<sup>7</sup> Para saber mais sobre a Lei Maria da Penha sugerimos o artigo “A CPMI da Violência contra a Mulher a implementação da Lei Maria da Penha” (CAMPOS, 2015).

aprovada em 2013.

A aprovação da Lei Maria da Penha significou a vitória de uma pauta de grande valor às feministas brasileiras e de todo o mundo: o direito à vida. Até então, mulheres eram agredidas e mortas e os agressores eram absolvidos usando da tese da “legítima defesa de honra”, que embora não tenha feito parte do Código Penal em tempo algum, até hoje ainda é ressuscitada em tribunais de julgamento nos casos de feminicídio (SANCHEZ, 2021, p. 107). Considerada até hoje uma das principais medidas estatais para o fim da violência contra as mulheres, a Lei Maria da Penha marcou a primeira vez que o termo “violência de gênero” foi incluído em um texto legislativo em nosso país (SANCHEZ, 2021, p. 54). Maria da Penha Maia Fernandes é uma farmacêutica, que foi agredida por seu marido repetidas vezes por anos. Entre as agressões estão duas tentativas de assassinato, na última, levou um tiro e ficou paraplégica. Mesmo assim, o agressor não foi punido. O caso levou 19 anos na justiça e só chegou a um veredicto porque Maria da Penha recorreu a organizações internacionais com ajuda de ONGS feministas que ajudaram a intervir, e assim, o Estado brasileiro foi responsabilizado pelo caso (*ibidem*, p. 121). É importante também ressaltar que a lei foi aprovada a partir de uma parceria entre setores institucionalizados de ONGs feministas e parlamentares mulheres, que estiveram no processo de criação de lei em todas as suas etapas, da escrita até a relatoria, articulando para que todas as relatoras do projeto em todas as etapas do processo legislativo fossem mulheres (*ibidem* p. 133). A Lei Maria da Penha<sup>8</sup> trazia como objetivos trazer uma definição jurídica do que é a violência contra as mulheres; criar medidas preventivas; ampliar a competência das delegacias de polícia; fazer com que as vítimas tivessem direito à defensoria pública; e criar medidas protetivas para afastar os agressores (BARSTED *apud* SANCHEZ, 2021, p. 123).

A próxima conquista das feministas em relação às leis que regem a sociedade brasileira foi a PEC das Domésticas, que reconheceu o direito das mulheres a ter dignidade e direitos trabalhistas. Embora tenha sido aprovada somente em 2013, a busca pelo reconhecimento das trabalhadoras domésticas como profissionais teve início ainda na década de 1930, com a criação da primeira associação de trabalhadoras domésticas do país<sup>8</sup>, partindo de reivindicações dos movimentos de mulheres majoritariamente negras e pobres, cenário que persiste ainda hoje, com 4,5 milhões de mulheres em trabalho doméstico, sendo destas, 3 milhões de mulheres negras (DIEESE, 2021). No Brasil, como afirma Gonzalez (2020, p. 36), o papel da mulher negra é de doméstica ou de mulata: no primeiro, a ideia é de que seu papel natural é de servente, seja como empregada doméstica, merendeira escolar, caixa de mercado,

---

<sup>8</sup> Laudelina de Campos Melo foi a responsável pela criação da primeira associação de trabalhadoras domésticas do país, a Associação Profissional de Empregados Domésticos, em 1936 (SANCHEZ, 2021, p. 138).



ou a “moça da limpeza” em empresas e hospitais; no segundo, feita para admirar e procriar, mas não amar. Uma das primeiras reivindicações do movimento organizado de domésticas foi o direito de dormir em sua própria casa, rompendo com a ideia de que empregadas domésticas eram “quase da família” e, portanto, deveriam atender aos caprichos dos patrões a qualquer momento do dia, enquanto apagavam a história e a própria família da empregada. Até chegar à promulgação da PEC das Domésticas, em 2013, foram dados pequenos passos: o reconhecimento das trabalhadoras domésticas como categoria profissional aconteceu em 1972, com previsão de assinatura de carteira, direito à previdência social e férias de vinte dias. Já em 1988, com a nova Constituição, foi garantido o direito ao salário-mínimo e à licença maternidade. Anos depois, em 2001, as empregadas domésticas tiveram direito ao FGTS, embora fosse facultativo aos patrões; foi somente em 2013, com a PEC que as trabalhadoras domésticas tiveram garantidos todos os direitos trabalhistas, como qualquer trabalhador urbano ou rural (SANCHEZ, 2021, p. 146).

Ainda que não representem, por si, uma onda como definimos no início deste capítulo, estas conquistas entre as décadas de 90 e 2010 fazem parte da noção contrária, aplicada no feminismo decolonial, de que dividir a luta feminina em ondas, segmenta e apaga uma longa história de luta, que surge muito antes de Mary Wollstonecraft, de Nísia Floresta, que vem de mulheres escravizadas, mulheres que lutaram pela libertação nacional, e mesmo as lutas cotidianas das mulheres até hoje (VERGÈS, 2020, p. 36). Porém, para fins de ordem cronológica, utilizamos as ideias de ondas feministas elaboradas por Eva Blay (2001, p. 82), como afirmado no início deste capítulo. Sendo assim, o feminismo da quarta onda surge como um fruto direto da terceira onda, ainda que aconteça quase 30 anos depois, e traz como principal característica a união do pessoal e do coletivo, com manifestações pela independência de seus corpos, entendidos como sujeitos sociais e políticos (HOLLANDA, 2020, p. 13). Ainda de acordo com a autora:

A marca mais forte deste momento é a potencialização política e estratégica das vozes dos diversos segmentos feministas interseccionais e das múltiplas configurações identitárias e da demanda por seus lugares de fala. Nesse quadro, o feminismo eurocentrado e civilizacional começa a ser visto como um modo de opressão alinhado ao que rejeita, uma branquitude patriarcal, e informado na autoridade e na colonialidade de poderes e saberes. (HOLLANDA, 2020, p. 13)

A decolonialidade<sup>9</sup> aparece como uma das características do feminismo da quarta

---

<sup>9</sup> A decolonialidade, dentro deste contexto, visa criticar o eurocentrismo e a sua adoção como modelo de universalidade, e se compromete a amplificar perspectivas epistemológicas, culturais, políticas e econômicas silenciadas, oriundas de visões latinas e africanas.

onda, que se reconhece como plural, decolonial, radical, interseccional, e crítico em relação ao individualismo e neoliberalismo. O feminismo de hoje busca o avanço de todas as mulheres, em uma luta que inclui a busca por equidade de gênero, combate ao racismo estrutural, acesso à saúde, à educação e à habitação e justiça ambiental. Enquanto também propõe o fim da divisão entre teoria e ativismo, tão comum nos feminismos de até então, restritos à academia (HOOKS, 2020, p. 20). Ainda que o movimento feminista venha avançando em mais de um século de existência, não há como negar que ainda existem divergências a superar, a sororidade das feministas brancas nunca irá entender as dores das mulheres negras. A irmandade entre mulheres, a sororidade, é um termo que significa a solidariedade entre mulheres (MORGAN, 1970; HOOKS, 2020) e, embora tenha suas falhas, é a união feminina que torna possível a criação do selo PWR Records, o nosso objeto de estudo. O termo é muito presente no feminismo ocidental e fala de uma opressão advinda de uma sociedade patriarcal que atinge todas as mulheres igualmente (KILOMBA, 2019, p. 100). A autora diz que quando contextualizada, essa é uma ideia poderosa e na ausência deste contexto por trás da sororidade, o que sobra é uma política que silencia os povos escravizados, enquanto dá voz ao colonialismo e o racismo, todos estes fatores que dão poder para o branco, seja mulher ou homem. Essa divisão que acontece entre homens poderosos e mulheres subordinadas é criticada por feministas negras por ignorar estruturas raciais de poder entre mulheres diferentes, além de não conseguir explicar por que homens negros não lutam contra o patriarcado. O gênero é socializado de maneira diferente para mulheres negras, e quando o universalismo entre mulheres desconsidera as experiências de raça e racismo, essa ideia inviabiliza a participação das mulheres negras (KILOMBA, 2019, p. 97).

É neste contexto que o feminismo decolonial acontece. Para entendermos o que significa o decolonial, é preciso entender como funciona a *colonialidade de gênero*. De acordo com Aníbal Quijano (*apud* LÚGONES, 2014, p. 939), colonialidade é um sistema de poder que faz parte da modernidade que se estabelece por meio de fundamentos racistas, considerando os colonizados, como os povos da América Latina e da África, como inferiores e, portanto, irrelevantes. É a partir desta noção que a *colonialidade de poder*, termo cunhado por Quijano, transforma as diferenças em valores: “se não é branco, europeu, se é bárbaro, rústico, impossibilitado de produzir conhecimento” (PALERMO, 2013, p. 244). Desta forma, quando falamos de diferenças coloniais, falamos das estratégias ideológicas que negam o valor do outro, considerando-o sempre objeto e nunca sujeito.

Esse outro é marcado pela raça, pela classe, pelo idioma, pelo gênero, pelo lugar onde

vive, pelas formas de viver e, principalmente nos dias atuais, pela capacidade de participar do mercado. Referimo-nos aqui a um tipo de discurso que apresenta as forças sociais a favor da globalização hegemônica como uma ‘lógica’, isto é, como um fenômeno ou comportamento regular, formalizado, ‘naturalizado’ e inevitável. O carácter regular / formal, natural e inevitável com que se instala o discurso forte da globalização, diz assumindo-se como expressão de uma ‘natureza humana’ generalizável e formal na ideia do dinheiro como única medida de valor. (PALERMO, 2013, p. 245)

A colonialidade também influencia na forma das mulheres serem reconhecidas dentro da sociedade. São as mulheres latinas e negras, tratadas neste artigo, que passam pela *colonialidade de gênero*, que diferentemente da *colonialidade de poder*, ainda persiste viva conosco (LÚGONES, 2014, p. 939). A *colonialidade de gênero*, de acordo com María Lúgones, é um “sistema de gênero opressivo, racialmente diferenciado, hierárquico, permeado pela lógica moderna da dicotomização”, a superação desta opressão é chamada de feminismo decolonial. A autora ainda afirma que o feminismo interseccional, comum nos EUA e Europa, não se dirige às mulheres de cor (asiáticas, indígenas, latinas) pois ainda trabalha uma dicotomia entre mulheres e homens, e quando se refere às *mulheres* pensa em mulheres brancas, enquanto *negro* são homens negros. Ou seja, “quando se tenta entender as mulheres na intersecção entre raça, classe, e gênero, mulheres não brancas, negras, mestiças, indígenas ou asiáticas são seres impossíveis.” (LÚGONES, 2014, p. 942). É a partir dessa impossibilidade de existência, da recusa em reconhecer a mulher como sujeito de suas próprias narrativas que surgem formas de arte que buscam ir contra a imposição colonial do silenciamento.

Potencializar a voz das mulheres é um dos objetivos do feminismo, independentemente da onda que se esteja falando, ou como define hooks (2020, p. 13): “Feminismo é um movimento para acabar com o sexismo, exploração sexista e opressão”. Mas é leviano acreditar que um movimento que conta com tantas subclassificações, que já existe há mais de cem anos, possa ser tão facilmente definido. O feminismo marxista, que junto ao feminismo decolonial aparece nas entranhas da PWR Records e de muitos movimentos desta quarta onda feminista, acredita que a opressão que as mulheres vivem não só decorre da ideia de que o gênero que nos reconhecemos é tido como inferior: a opressão vem da luta de classes. Como o nome já indica, o feminismo marxista deriva das noções a respeito da acumulação primitiva, reprodução social e suas definições do capitalismo, embora existam críticas em relação ao apagamento do trabalho da mulher nos tomos de *O Capital* (MARX, 2011), a separação das duas teorias, a priori, era resultado da ênfase marxista apenas nas relações para a produção, a mercadoria, a troca, o valor, deixando de lado, o papel das mulheres nesses campos. No marxismo e no feminismo existe a preocupação em “questionar relações desiguais

socialmente construídas e reconstruídas em embates de poder (no caso do feminismo, entre os sexos e pela institucionalização da supremacia masculina” (CASTRO, 2000, p. 99). A autora também afirma que ambos compartilham a materialidade existencial, que se sustenta por práticas em um “real vivido” e um “real idealizado e ideologizado”, calcado nas instituições, no privado e no público, e nas micropolíticas das relações sociais. Também vale ressaltar que tanto no marxismo quanto no feminismo, existe uma fé no sujeito, que seria capaz de realizar revoluções, movimentos, mudanças a partir de suas ações unidas a outros que pensam semelhante. Porém não são tudo flores, a exploração da mulher, que acontece em casa e na fábrica, sendo subalterna no espaço público e privado, não entra nos escritos marxistas originais, afinal Marx era um homem do seu tempo. Acreditava-se (ou acredita-se?) que é um papel natural da mulher cuidar e, por isso, a ela é oferecido um espaço próprio, que seria compensado pela falta de poder na sociedade, a família e esse lugar (MORAES, 2000, p. 90). A ideia de que o trabalho da mulher não significa, necessariamente, a libertação da mulher, é uma noção adquirida recentemente dentro dos feminismos oriundos de raízes europeias e norte-americanas, para as mulheres racializadas<sup>10</sup> essa nunca foi uma questão: sempre houve trabalho mal remunerado, sempre houve opressão (HOOKS, 2019, p. 147).

Proclamando o novo ideal da ‘família com dois salários’, o neoliberalismo recruta mulheres em massa como mão de obra assalariada ao redor do globo. Esse ideal, no entanto, é uma fraude; e o regime laboral que ele deve legitimar é tudo menos libertador para as mulheres. O que se apresenta como emancipação é, na verdade, um sistema de exploração e expropriação reforçadas. Ao mesmo tempo, é uma engrenagem de aguda crise de reprodução social. (ARRUZA; BHATTACHARYA; FRASER, 2019, p. 112)

Durante a segunda onda feminista, na década de 70, nos países do norte global, a partir da publicação do livro *A Mística Feminina*, de Betty Friedan, o trabalho para a mulher (branca) seria a principal arma para a sua libertação. Acreditava-se que, ao poder compartilhar das mesmas responsabilidades dos homens, ajudando financeiramente nos gastos da família, a mulher poderia enfim sair da posição de rainha do lar e tornar-se rainha de si mesma. Só que quando estas mulheres falavam sobre sair de casa para trabalhar, não era qualquer trabalho, eram as posições bem remuneradas – até então reservadas somente para homens. É importante observar que enquanto mulheres brancas de classe média protestavam pelo direito a trabalhar, a maioria das mulheres pobres já trabalhavam e, ainda assim, não conseguiam se libertar da submissão aos homens e, ainda, não conseguiam se manter sozinhas financeiramente

---

<sup>10</sup> Entendemos mulheres racializadas como aquelas que são negras, asiáticas, latinas, e que são consideradas fora do padrão branco-europeu.

(HOOKS, 2019, p. 147).

Se melhorar as condições do ambiente de trabalho das mulheres tivesse feito parte da agenda feminista em conjunto com os esforços para obter melhores salários para elas e conseguir empregos para as mulheres desempregadas de todas as classes, o feminismo teria sido visto como um movimento voltado às questões que dizem respeito a todas as mulheres. (HOOKS, 2019, p. 152)

Diferentemente da libertação pregada por estas feministas, ao entrar no mercado de trabalho, o que aguarda a ampla maioria das mulheres são atividades mal remuneradas e precárias, onde se comoditiza o trabalho de reprodução social que antes era realizado sem remuneração, o que se oferece é a vulnerabilidade ao abuso e ao assédio (ARRUZA; BHATTACHARYA; FRASER, 2019, p. 113) considerar a raiz da opressão entre os gêneros as diferenças entre trabalhar ou não trabalhar, o feminismo perdeu a chance de lutar contra a exploração econômica, que atingia também uma massa de homens e mulheres pobres. Atacar a miséria, inerente ao sistema capitalista, seria uma forma de tornar o movimento feminista mais forte e, portanto, atrair mais mulheres de diferentes grupos entorno de um mesmo objetivo: acabar com a opressão e exploração. Dentro do sistema capitalista, a reprodução social é um dos mais importantes elementos que o sustentam. É a partir dela que se dá a ideia de papéis de gênero e, por consequência, a opressão de gênero (ARRUZA; BHATTACHARYA; FRASER, 2019, p. 53). Embora seja fundamental, esta importância é sempre ocultada, afinal a reprodução social é uma responsabilidade tida como feminina, afinal homens ganham o pão e mulheres cuidam. A reprodução social consiste não somente em cuidar de pessoas, mas criar a chamada por Marx “força de trabalho”, produzir pessoas. E essa tarefa vai muito além de alimentar e manter crianças sãs e salvas, nas sociedades capitalistas estas crianças são educadas para obedecer ao mestre chamado capital, que sonha em ter sempre um estoque sem fim desta mercadoria chamada proletariado, ao preço mais baixo possível, distorcendo a importância do papel das mulheres a fim de maximizar os lucros (ARRUZA; BHATTACHARYA; FRASER, p. 107).

Por um lado, o sistema não pode funcionar sem essa atividade [a reprodução social]; por outro, ele renega os custos desta última e confere a ela pouco ou nenhum valor econômico. Isso significa que as capacidades utilizadas para o trabalho de reprodução social não têm seu valor reconhecido. São tratadas como ‘dádivas’ gratuitas e inesgotáveis que não exigem atenção ou renovação. (ARRUZA; BHATTACHARYA; FRASER, 2019, p. 111)

Este feminismo que se recusa a lutar contra as engrenagens de profunda opressão advindas do capitalismo é chamado de feminismo civilizatório, pois é dentro desta linha que se adota e adapta “os objetivos da missão civilizatória colonial, oferecendo ao neoliberalismo

e ao imperialismo uma política dos direitos das mulheres que serve a seus interesses” (VERGÈS, 2020, p. 17). O feminismo decolonial, na ótica da autora, é um movimento radical antirracista, anticapitalista e anti-imperialista. Que seja capaz de ouvir as mulheres mais exploradas, as empregadas domésticas, as profissionais do sexo, as trans, as queer, as migrantes, as refugiadas, e para aquelas que se denominar “mulher” é uma posição social e política, não somente um traço biológico (VERGÈS, 2020, p. 20). Segundo a autora decolonial, é também preciso fugir da simplificação do feminismo e da questão de igualdade entre os gêneros, pois foi pensando a representatividade feminina de forma vazia, que a pauta foi sequestrada por movimentos de direita neoliberal e de extrema direita (VERGÈS, 2020, p. 38), elegendo e escolhendo mulheres como Sarah Palin (EUA), Marine Le Pen (FRA), Giorgia Meloni (ITA), Damares Alves (BRA), entre outras. O Brasil não é um país exemplar em questão de direitos das mulheres e isso se reflete na participação feminina na política, em que as mulheres representam apenas 15% de parlamentares, 11% de ministros e só tivemos apenas uma vez uma mulher no cargo mais alto do país (WEF, 2021). No ano que comemoramos 90 anos do direito ao voto, sendo uma das primeiras a conquistar o direito ao voto na América Latina, a equidade política ainda está longe de ser alcançada. O aumento na representatividade feminina contribui para avanços econômicos e sociais para as mulheres, além de estabilidade e prosperidade a nível nacional. De acordo com o Banco Mundial (TAVARES, 2022), mulheres brasileiras têm apenas 85% dos direitos dos homens, o que acarretou desvantagem em termos de participação na sociedade e em oportunidades de trabalho. Porém, representatividade política sem consciência de classe não vale de nada, como exemplo disso temos a ex-ministra Damares Alves, que a frente do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos entre os anos de 2019 e 2022, liderou a extinção de políticas de enfrentamento à violência contra a mulher, como o programa *Mulher Viver Sem Violência*, o Disque 180 e a *Casa da Mulher Brasileira*. Uma mulher que não se importou em tomar atitudes para evitar que no primeiro semestre de 2022 o Brasil batesse o recorde de feminicídios, registrando cerca de 700 casos (RELATÓRIO, 2022, p. 26). Parafraseando Paulo Freire, quando a educação não é transformadora, o sonho de toda mulher é tornar-se opressora, e mesmo que tenhamos mais mulheres em cargos executivos e legislativos, de nada adianta se elas não têm consciência que o avanço de uma não significa, necessariamente, o avanço de todas.

De forma a deixar mais claro esse desenvolvimento do movimento feminista em diferentes vertentes, resumo as principais linhas de pensamento feministas hoje e que possuem diálogo com a postura feminista abordada pelo selo PWR Records.

**Feminismo liberal:** acredita que a desigualdade entre homens e mulheres pode ser realizada por meio de mudanças estruturais políticas, como o direito ao voto, o acesso ao mercado de trabalho e, atualmente, a busca pela igualdade salarial, o reconhecimento de direitos civis e a representação política. Pensa as mudanças com o apoio de órgãos internacionais, como a Organização das Nações Unidas - ONU, e entende que por meio da legislação é possível fazer com que mulheres adquiram direitos e oportunidades reservadas aos homens.

**Feminismo marxista:** surge como crítica à concepção marxista sobre produção de valor e trabalho, que não incorporou *a priori* a reprodução social (como o trabalho de gestar, cuidar e educar humanos) como importante e essencial para a manutenção do capitalismo. Traz entre as principais bandeiras a luta anticapitalista e a busca pela igualdade não só entre gêneros, mas entre raça e classe. A transformação do mundo e a consequente igualdade entre gêneros, raças e classe se daria, segundo esta corrente, por meio do fim do capitalismo.

**Feminismo decolonial:** busca romper com a imposição colonial de gênero, criando hierarquias e antagonismos sociais em sociedades racializadas, ou seja, composta por mulheres não brancas, pretas e indígenas. Acredita que as opressões sofridas por mulheres de países latinoamericanos e afro-diaspóricos é diferente dos países do norte global e, portanto, o feminismo também deve ser diferente, incluindo pautas críticas em relação à colonialidade e ao capitalismo. Não acreditam na solução da desigualdade por meio do Estado, que violenta e silencia os corpos femininos, negros, indígenas e pobres.

## 1.2 Artivismo e música

Uma vez, enquanto eu apresentava um artigo, perguntaram a razão de utilizar a palavra *artivismo* na minha pesquisa sobre música, se toda arte faz alguma reivindicação política. A resposta não é simples, por isso, acredito que para compreendermos a importância de separar teoricamente *artivismo* de *arte* é preciso entender como surgiu o termo, quais são seus avanços históricos e como o artivismo existe hoje. A criatividade artivista (SEMOVA, 2019, p. 11) com frequência é definida como uma arte que vem de fora, que fica nas bordas do que é comercial, sendo produzida por não-artistas que buscam a experimentação social e o protesto político. Sendo um termo polissêmico, o artivismo traz sob si uma série de significados que surgem da disputa entre prática social e construção teórica em um campo de

estudos que engloba debates estéticos, comunicacionais e políticos da contemporaneidade (ROCHA; RIZAN, 2022, p. 128). É também possível afirmar que esta relação próxima entre arte e política tem como base o trabalho de artistas que buscam traduzir em sua arte práticas políticas e, assim, dois momentos são encarados como a origem do ativismo, segundo Miguel Chaia (2007, p. 9), podendo ser lidos como ativismo artístico ou ativismo cultural.

O que denominamos ativismo tem a sua origem nas vanguardas artísticas e tem o seu ápice nas décadas de 60 e 70, não por acaso na época da contracultura, que muito mais do que cabelos compridos, roupas coloridas, misticismo e rock progressivo, esse movimento significava novas maneiras de pensar, agir e relacionar com o mundo (PEREIRA, 1983). Era a forma dos jovens, recém inventados como categoria sociológica, ressignificarem o que era dado como norma pelas gerações anteriores (como fazer faculdade, casar e ter filhos) e este questionamento gerou uma série de consequências a nível mundial atingindo educação, economia e as artes. Enquanto o Estado buscava homogeneizar, hierarquizar e dividir o espaço social, o movimento hippie, buscava a revolução por meio da compreensão de si mesmo, enquanto questionava a repressão da sociedade capitalista e liberal, fortemente rejeitada pela juventude (PEREIRA, 1983, p. 55). A arte produzida durante esta época estava alinhada ao comportamento de pessoas e do indivíduo, mas principalmente, contra o Estado. Falar em ativismo durante as décadas de 60 e 90, significava “localizar nestas ações estético-políticas uma intenção de reflexividade social, um esforço – individual ou coletivo – da ação direta no social e a incisiva preocupação com as alteridades” (ROCHA; RIZAN, 2022, p. 129). Os movimentos sociais de grandes transformações políticas, como as manifestações contra a Guerra no Vietnã, mobilizações estudantis, e a luta pelos direitos civis foram elementos catalisadores que se tornaram referências para o ativismo que encontramos ainda hoje.

Enquanto nos Estados Unidos existia o movimento hippie e o rock, no Brasil tínhamos o Tropicalismo, a MPB, o Teatro Experimental do Negro, o Teatro do Oprimido, os Dzi Croquettes, entre outras manifestações culturais que, observando retrospectivamente, podemos apontar como manifestações do ativismo no país. Combatia-se a repressão da ditadura militar com festivais de música e o engajamento de artistas plásticos, jornalistas e músicos em diversos coletivos que tomavam o estético como assunto público. Contra o convencional e a favor da irreverência, os tropicalistas usavam guitarras como armas contra o conservador governo militar e embora a rebeldia não fosse permitida às mulheres, mesmo dentro do Tropicalismo, figuras como Rita Lee e Gal Costa impulsionaram temas como a liberdade sexual feminina, mostrando que o ativismo também pode ser utilizado como “arma de combate e de subjetivação (ROCHA; RIZAN, 2022, p. 131). Como afirma Chaia (2007, p.



9), “uma das formas de sabotar a sociedade capitalista é imprimindo novo significado à arte, gerando a anti-arte, capaz então de permitir novas possibilidades de ampliação da vida”. Ao utilizar a arte como potência para enfrentamentos o artista artista é capaz de aplicar na prática o conceito de (re)existência, lutando por “determinada forma de existência cotidiana, por vezes fragmentada em pequenas ações, da persistência em determinados modos de vida, de produção artística/estética, e de sentir, agir e pensar na contramão de lógicas hegemônicas” (PEREIRA; BEZERRA, 2022, p. 344), transformando existência em (re)existência.

Não há uma ação política e uma criação artística que se combinam ou entrecruzam: há uma (cri)ação direta que constrói, por meio da experiência, o sujeito político. Corpos que intervêm e, com seus movimentos poéticos de resistência e subversão, reposicionam a si mesmos e a outros do seu entorno. (SAAVEDRA, 2017, p. 1)

De acordo com Rocha e Rizan (2022, p. 130) o ativismo pode ser denominado como “práticas, posturas e linguagens nas quais o engajamento é necessariamente um tema de resistência, dissidência ou dissenso” é por meio do ativismo que a arte sai de determinados espaços restritos (como uma galeria de arte, uma casa de shows ou um teatro) e invade o espaço público, virando assunto que convoca a todos. Embora possamos observar expressões artivistas durante as décadas de 70 e 90, é no início da década de 2000 que o ativismo volta à pauta na América Latina, principalmente nos atos secundaristas no Chile e no Brasil, e utilizam a força das redes sociais para debater sobre gênero, que “imprime politicidade e um forte marcado estético à expressão” (ROCHA, 2019, p. 3). É dentro deste caldeirão de possibilidades que a estética política chega à cultura pop e em seguida, os jovens começam a produção musical independente, disseminando mensagens políticas por meio da música, e é neste contexto que “o ativismo passa a ser utilizado como arma de combate e de subjetivação” (ROCHA, 2019, p. 3). Como um termo em disputa, o ativismo possui diversas interpretações. Outra delas é a de Pereira e Bezerra (2022, p. 327) que acreditam que o ativismo conta com uma noção e prática dissensual, com vista às críticas e às transformações sociais, tanto na área da política, da cidade, do urbanismo e da própria arte. De acordo com essa noção, a arte artista é capaz de produzir e articular novas esferas públicas, enquanto também pode colaborar com processos de gentrificação urbana e, assim, servir aos interesses do capital. Entre estes novos ambientes políticos de inclusão, estão os coletivos artísticos que, neste início do século XXI, traz à tona discussões de como se revela a vida na cidade, enquanto se organiza em “redes horizontais, autogestivas, mais ou menos temporárias e colaborativas, acrescentando aí o uso das redes digitais que conjugam forças e engajamentos virtuais e presenciais” (PEREIRA; BEZERRA, 2022, p. 334).

O movimento de contracultura como aparato social pode ter ficado nas décadas de 60 e 70, porém seus frutos de reivindicação por meio da arte continuaram nas décadas seguintes. Entre as reivindicações da época que hoje surtem efeito está o acesso a meios de comunicação mais democráticos, que permitissem ao cidadão voz ativa em decisões que determinam a qualidade e as direções de sua vida (JENKINS *et al*, 2015, p. 265). Por meio de plataformas de comunicação pela internet que renasce o ativismo, que hoje é tido como a principal forma de fazer arte no século XXI (SEMOVA, 2019, p. 25), e que é uma reação a questões sociais como a violência do Estado, como encontramos no funk, ou ao preconceito de gênero em determinadas áreas, como vamos acompanhar nesta pesquisa ao falar do selo musical PWR Records. Esta resistência ao que é imposto, o ato de tornar o “estético como assunto público” (ROCHA, 2019, p. 2) é também um dos pontos importantes do que tratamos aqui como ativismo. Tomar as ruas, as telas e virar assunto é um dos propósitos desta experiência artista que surge de quem resiste e provoca dissidência ou dissenso. A aproximação do feminismo e do ativismo se dá como se constroem linhas de fuga (DELEUZE; GUATTARI, 1996, p. 70) em que determinados princípios atravessam indivíduos que, de outra forma, não estariam juntos. A linha de fuga que acompanha as artistas e as leva ao feminismo é o patriarcado, que as oprime e as limita como artistas e como pessoas. A proibição, ou seja, “as linhas que nos são impostas de fora” desejam punir e dividir, mas acabam servindo de alimento para algo maior.

O artista ativista situa-se no interior de uma relação social, isto é, engendra uma esfera relacional fundada no desejo de luta, na responsabilidade ou na vocação social que reconhece a existência de conflitos a serem enfrentados de imediato. Portanto, torna-se fundamental no ativismo o reconhecimento do outro e também a crítica das condições que produzem a contemporaneidade. Neste forte envolvimento social, tem-se, assim, reduzida a autonomia da arte e, em contrapartida, amplia-se a relação entre ética e estética. (CHAIA, 2007, p. 10)

Um dos exemplos mais recentes do encontro do ativismo com o feminismo, na América Latina, é o “Nem Uma a Menos” (tradução nossa)<sup>11</sup>, movimento que surgiu na Argentina, em 2015. Foram dois os casos que levaram a criação do projeto: o assassinato de uma adolescente de 14 anos, por seu então namorado, de 17 anos, ela estava grávida de 8 semanas e seus restos mortais foram encontrados enterrados na casa dos avós do assassino. E, ainda em 2015, houve o caso em *Mar del Plata*, também na Argentina, em que a adolescente de 16 anos foi drogada, estuprada e empalada. Peinado (2015) conta que a crueldade deste crime de gênero foi razão para a criação do movimento que primeiro surgiu

---

<sup>11</sup> No original “Ni Una Menos”

nas redes sociais por meio de artistas visuais e jornalistas que utilizavam a #NiUnaMenos e, em seguida, tomou as ruas da Argentina, países da América Latina, da Europa e Ásia no dia 03 de junho de 2015 e, desde então, tornou-se uma data importante para a luta feminista na América Latina.

Isso é como o ovo e a galinha: não podemos afirmar se agora há mais assassinatos de mulheres na Argentina ou se nós é que finalmente estamos falando disso. O que sabemos é que não há estatísticas que registrem as vítimas e que não se está fazendo tudo o que pode ser feito para evitar isso. (PEINADO, 2015, s.d)

Os dados mais recentes de feminicídio e assassinato de pessoas trans e travestis, na Argentina, nos apavora com a informação de que a cada 36 horas esses crimes são praticados (WERBIN, 2022). Já no Brasil, uma mulher foi morta a cada 7 horas (FORUM, 2022, p. 3), enquanto os dados relativos à morte de pessoas LGBTQIA+ não são computadas pelos principais institutos de pesquisa brasileiros. Em relatórios internacionais, como o *Transrespect versus Worldwide – TvT*, da ONG *Transgender Europe - TGEU*, que monitora dados globalmente, o levantamento mostra que o Brasil é, há 13 anos, o país que mais mata trans e travestis no mundo, superando a marca de 1.000 assassinatos desde 2008 (TGEU, 2021, p. 3).

Nestas situações de descaso do poder público é por meio da arte que algumas questões são levantadas e foi assim que, em 2019, surgiu no Chile uma manifestação ativista por meio da canção “Um estuprador em seu caminho” que é cantada em protestos no Brasil, na França, em Londres e em Istambul. Galvani (2019), explica que a canção criada pelo coletivo *Las Tesis*, de Valparaíso, traz em sua letra uma mensagem sobre o papel do Estado: “O estuprador é você. Eles são os pacos, os juízes, o estado, o presidente. O estado opressivo é um macho estuprador” (tradução nossa). No contexto do Chile, mais de 11 mil pessoas foram levadas ao hospital após a violência policial durante protestos e foram relatadas mais de 71 denúncias de abuso sexual. A letra da canção de protesto faz referência ao desaparecimento da ativista e artista de rua, Daniela Carrasco, conhecida como “Mimo”, que foi encontrada enforcada em uma praça pública em Santiago, em outubro de 2019, e a polícia trabalha com a tese de suicídio, enquanto os vizinhos de Carrasco afirmam que os culpados são os policiais (GALVANI, 2019). Ao traduzir a letra do espanhol para outros idiomas, o Coletivo *Las Tesis* permitiu que coletivos feministas de outros países, inclusive no Brasil, tomassem a canção como sua. Cerca de 17 milhões de mulheres acima de 16 anos sofreram violência física, psicológica ou sexual no último ano durante a pandemia (FORUM, 2022, p. 10). Ao se deparar com essa realidade, os jovens se reúnem e buscam nas artes uma forma de se

mobilizar de forma ativista: “Para estes atores e atrizes sociais, o ativismo passa a ser utilizado como arma de combate e de subjetivação” (ROCHA, 2019, p. 3). O ativismo parte do individual, alcança o coletivo e assim, alcança lugares que, anteriormente, não seria permitido determinada mensagem chegar (CHAIA, 2007, p. 11). Ativismo fura bolhas. E para alcançar estes outros setores da sociedade, a internet é uma das ferramentas utilizadas pelos artistas, pois é a partir dela que se dão interações, inclusive, em tempo real. Assim, a crítica ao sistema acontece dentro do próprio sistema utilizando ferramentas que os contrários, os conservadores, também utilizam. “O artista deverá não alimentar o sistema de produção cultural, mas investigar os processos e instrumentos que o controla para os contornar e desconstruir” (VIEIRA *apud* BORDIN, 2011, p. 132). Ainda que haja limitações em tornar públicas determinadas opressões políticas, afirma Chaia (2007, p. 11), é possível afirmar que “o ativismo apresenta-se como uma forma de micropolítica que conduz tanto para o reino da hiperpolítica quanto para o campo das heterotopias”. A partir destas vivências, unindo arte e política, os artistas artistas conseguem passar a mensagem da mudança, porém em forma de música pop, rock, ou mesmo criando um selo independente.

(...) as relações entre arte, política e diversidade sexual e de gênero, em especial quando pensamos na história do feminismo, não são novas. As feministas, assim como outros movimentos sociais, tal qual o movimento negro e seu teatro, sempre perceberam que as artes e os produtos culturais em geral são potentes estratégias para produzir outras subjetividades capazes de atacar a misoginia, o sexismo e o racismo. (COLLING, 2018, p. 157)

Ao influenciar as tomadas de decisão por meio da cultura, os movimentos artistas refletem a importância da resistência por meio da arte, e aqueles que os apoiam também podem sentir-se parte de uma pequena revolução. Pois é esse *consumo simbólico* (DOMINGUES; MIRANDA, 2018, p. 113) que se torna uma espécie de moeda social, transformando determinadas empresas como o selo PWR Records em um destaque dentro de um meio em que posições políticas nem sempre se tornam a principal bandeira. Enquanto em alguns ambientes a ostentação de bens materiais é uma das formas de reafirmação de poder, dentro da comunidade artística a escolha da defesa de determinado alinhamento político é também uma forma de reafirmar sua autoridade e, portanto, tornar-se referência. Não fosse o Brasil um país que, desde 2013, tornou-se um lugar em que é preciso reafirmar-se politicamente, talvez o selo PWR Records não conseguiria o alcance que possui. Ao unir música e política, por meio do viés feminista que o selo assume dentro da indústria da música, a empresa entende o poder simbólico que a cultura articula, transformando palavras em ações, com possibilidades de reafirmar ou alterar a ordem social existente (BORDIEU, 1989,

p. 15). Seguindo tendências globais, a existência de empresas no mercado da música que se posicionam politicamente são reflexos de um movimento que desafia as estruturas preestabelecidas ao inventar formas de reivindicar, reunir-se, fazer-se ver e ouvir. É a partir da ideia de transformação das relações de poder que se faz necessário usar da música e do feminismo decolonial e marxista como ferramentas para solucionar o problema do machismo institucionalizado. Partir para estas ações não é questão de fazer arte por fazer, e sim, são sintomas do desgaste e do descrédito das formas políticas representativas.

São nos momentos de crise institucional que os movimentos artistas se tornam mais fortes, rearticulando afetos, formas de ser criativo e de reivindicar direitos, tornando possível, ainda que momentaneamente, a revogação das estruturas normativas de um sistema sociocultural. Na última década, a política brasileira viu manifestações de cunho golpista que culminaram em um golpe parlamentar, seguidos pelo desmonte da educação, da cultura, da saúde e suportou quatro anos de um governo caquístico<sup>12</sup>, alinhado ao que há de mais pútrido em relação aos direitos humanos e à destruição do meio ambiente. Historicamente, afirma Di Giovanni (2015, p. 14), este alinhamento entre arte e ativismo surge de processos coletivos que são auto-organizados e que buscam denunciar e reivindicar direitos, que geralmente acontecem em momentos de crise econômica e social, mesmo que sejam relativamente autônomos em relação às estruturas políticas organizadas (partidos, sindicatos e movimentos setoriais). Estas experiências, continua a autora, são fruto de experiências coletivas que não podem ser contidas pelas “fronteiras convencionais da política” e, assim, seus formatos de dissenso e de reivindicação escoam para práticas experimentais que são comuns no mundo da arte, encontrando-se com a vida social, com o cotidiano. Talvez por isso a arte ativista tenha se tornado tão atrativa para mulheres que se recusam a agir conforme o que se espera delas. A cantora, compositora e ativista russa, Nadya Tolokonnikova, conta em seu livro “Um Guia *Pussy Riot* para o ativismo” a forma de como a música pode transcender o papel mercadológico que assumiu nas últimas décadas e se tornar verdadeira fonte de experiências inclusivas, permitindo que movimentos políticos contra um governante autoritário e misógino possam existir. No livro a autora acredita que o ser humano é essencialmente artístico e político, e, portanto, não há como fazer arte sem ser política. Embora não entre no tema do ativismo, a forma como ela define para seus leitores a importância que a junção dos dois elementos (arte e política) têm para ela e a banda *Pussy Riot* vem de um lugar de fala de quem acredita que é a partir da compreensão das

---

<sup>12</sup> O termo vem de “caquístocrazia”, um modelo de governo em que há uma prevalência ou predominância de pessoas com péssimas qualidades, características, pontos de vista etc.

subjetividades, que estão implícitas na arte, que se torna possível a transformação política.

A arte é a varinha mágica que procurávamos para transcender idiomas, fronteiras, nações, gêneros, posições sociais e ideologias. Ela nos eleva ao nos dar o capital mais valioso do mundo: o direito e a confiança de fazer perguntas incômodas sobre o que há de mais importante na nossa existência animal, política e social. (TOLOKONNIKOVA, 2019, p. 96)

A indústria da música, principalmente tratando-se do rock, é uma cena centrada nos homens e, por isso, machista e misógina (LEONARD, 2007). O gênero musical embora tenha sido criado por uma mulher, Sister Rosetta Tharpe, carrega até hoje a ideia de que é preciso masculinizar-se para fazer parte deste sistema simbólico de poder (BORDIEU, 1989), que por meio de determinados instrumentos cumprem a função política de continuar assegurando a dominação de uma classe (os homens) sob outra (as mulheres) dentro do rock, que se considera livre e subversivo politicamente. Performance de gênero, feminismo decolonial e artivismos deixam de ser conceitos acadêmicos e tornam-se vivências diárias. A práxis política e a prática estética estão interligadas dentro dos movimentos artistas e, assim, produzir um espaço que seja possível encontrar novas possibilidades políticas também passa pela produção social que transpassa sonhos, sentimentos, experiências, linguagens, que pelo menos neste momento, não serão mediadas por uma racionalidade capitalista (DI GIOVANNI, 2015, p. 19). Ao rejeitar estas regras impostas pelo meio musical e assegurar para si um discurso feminista, que busca a potência feminina por meio da música, o selo PWR Records encontra-se dentro da definição de ativismo musical que utilizamos nesta pesquisa, que pensa arte e política não como fatores diferenciados, mas sim unidos de forma irrevogável e assim, tornando o fazer arte um ato político. A importância do “fazer arte” não deve ser menosprezada nesta questão, pois é por meio do ativismo que se consegue expandir o campo de “ações reconhecidas como políticas”, enquanto também se incorpora procedimentos, técnicas e linguagens desenvolvidas na arte, fazendo com que essa a dimensão estética do ativismo seja palatável, reproduzida facilmente, tornada popular, facilitando a criação de experiências diferenciadas destes conflitos sociais (2015, p. 18) O ativismo musical dentro desta noção apresentada por Rocha (2022) também é ocupação, é a desconfiança do essencialismo enquanto caminha para a alteridade.

Longe de representar uma “estetização” do fazer político em que as formas do poder mudariam de “roupagem” ou “estilo”, permanecendo no entanto estruturalmente iguais a si mesmas, as formas de mobilização sensorial, perceptiva e subjetiva produzidas no seio de processos de rearticulação de lutas sociais estão diretamente implicadas nos deslocamentos da própria política, na expansão de seus significados, quando não em uma radical ruptura com os modos de fazer que anteriormente a separavam do conjunto da ação social considerado não-político – em que a arte, por

exemplo, tenderia a situar-se. Do mesmo modo, a implicação de uma prática de origem “artística” em um movimento vivo de organização política e ação coletiva força deslocamentos importantes no campo da arte, desafiando os limites do possível também em termos do que é artístico e do que não é. (DI GIOVANNI, 2015, p. 17)

No Brasil, podemos apontar algumas iniciativas do mercado da música que trazem caráter artivistas em suas raízes ao alinhar feminismo e arte, tais como os selos musicais PWR Records (SP), Efusiva Records (RJ), o espaço cultural MOTIM (RJ), e os projetos *Hi Hat Girls*, *Girls Rock Camp* e TREINAM Mulheres. Todas estas iniciativas buscam a inclusão de mulheres na música, os selos por meio do gerenciamento de carreiras e distribuição das músicas produzidas por mulheres; o espaço cultural MOTIM, localizado na cidade do Rio de Janeiro (RJ), é um local voltado para práticas artísticas criadas por mulheres, realizando exposições, saraus, shows musicais e, até mesmo, feiras artesanais com mulheres como foco; já o *Hi Hat Girls* começou no Rio de Janeiro (RJ) como a primeira revista dedicada às mulheres bateristas da América Latina, e hoje se dedica a fazer oficinas em diversas cidades brasileiras, acreditando na transformação das mulheres por meio do ensino de bateria enquanto esmitificava a ideia de que o instrumento é masculino. Todas as aulas são ministradas por bateristas locais e voluntárias, e hoje atingem as cidades de São Paulo (SP), Brasília (DF), Salvador (BA), Juiz de Fora (MG), Ponte Nova (MG), Belo Horizonte (MG), Curitiba (PR), Caxias do Sul (RS) e Belém (PA). O *Girls Rock Camp*, dentre todas as iniciativas, é a única que investe na educação musical de garotas crianças e adolescentes, com a primeira sede em Sorocaba (SP) e hoje, espalhado também por Curitiba (PR) e Porto Alegre (RS). Por fim, o TREINAM Mulheres, sigla para Turma Remota de Ensino Intensivo para Artistas Mulheres, é uma iniciativa que surgiu em São Paulo, durante a pandemia, e que busca a autonomia e protagonismo para mulheres no mercado da música, com aulas online com especialistas em Music Business e planejamento de carreira.

Acredito ser necessário trazer esses exemplos de iniciativas artivistas para mostrar que a união da música com o feminismo deixou de ser uma novidade para tornar-se uma tendência no mercado da música. O artivismo nos permite fazer política sem tratar a arte de forma utilitarista, muito pelo contrário, como afirma Di Giovanni (2015, p. 25), conseguimos nos aproximar do plano das práticas e, assim considerar os modos de fazer de artivistas e artistas em sua complexidade poética, não-utilitária: “como modos de conhecer o mundo e reinventá-lo, estabelecer relações entre forma e sentido, entre manipulação das formas sensíveis, produção e usos das relações de poder”. Usar a arte como ferramenta para extinguir o machismo, para tornar mulheres cientes de sua capacidade, não é “fazer de tudo, até arte, para alcançar a liberdade, mas fazer tudo como já se fosse livre – como se tudo fosse arte” (DI

GIOVANNI, 2015, p. 25). O ativismo destas iniciativas está em provocar dissenso ao que já é sacramentado na indústria da música, que insiste em se enxergar como um lugar que aceita as diferenças, enquanto não inclui em suas *playlists*, festivais, cargos de liderança, funcionários, casting, produção, ou seja, em qualquer lugar, mulheres, pessoas não-binárias e negros. Embora tratemos do feminismo no mercado da música nesta dissertação, é necessário destacar que o mercado da música no Brasil é um lugar de homens, brancos e héteros, que usa do racismo, do machismo e da homofobia para continuar sendo exatamente como era há décadas. No próximo capítulo buscamos abordar quais foram as iniciativas que buscaram o dissenso, o fora do comum, a revolução, ao invés de continuar agindo do mesmo jeito – e esperando resultados diferentes.



## 2 TRANSFORMAÇÕES DA ECONOMIA DA MÚSICA

Do independente para o *mainstream* existem muitas diferenças, O que poucos entendem é que os dois mercados estão intrinsecamente conectados, um influenciando o outro. Neste segundo capítulo, buscamos apresentar as mudanças no mercado *mainstream*, ou seja, de massa, de grande alcance, que influenciou o *modus operandi* do mercado independente no Brasil, que nas últimas décadas, principalmente após a “destruição transformadora” (DE MARCHI, 2016) da música digital no início do século XXI. E não somente isso, mas como pautas políticas foram capazes de influenciar a forma com que o mercado da música enxerga o que é lucrativo, vendendo junto de suas músicas, potenciais futuros e crenças de uma sociedade igualitária. Acreditamos que essas mudanças impulsionaram a entrada de mulheres no mercado da música, também permitindo que fossem criados espaços dentro da música exclusivos para mulheres, como selos, coletivos, festivais e publicações na mídia.

A possibilidade de alinhar política e música e continuar com um produto mercadologicamente viável, é uma das características que estudamos nesta pesquisa. As transformações da indústria fonográfica desde entre o fim do século XX e o início do século XXI possibilitaram não somente a disseminação do ativismo, como também o aumento das mulheres na indústria da música. Pesquisar a presença de mulheres no mercado da música, como também o feminismo, é um ramo de estudos que começa a se desenvolver nos estudos de comunicação e música e, portanto, conta com pouca bibliografia disponível em português. Mas para chegar ao estado da indústria da música independente em 2022 é preciso retornarmos para a década de 1970, quando a semente das transformações musicais que acompanhamos nas últimas décadas teve início. Da mesma forma que o feminismo brasileiro conta com fluxos e refluxos, o mercado da música independente também baila com dois passos para frente e dois para trás. Neste segundo capítulo começamos com uma breve história das iniciativas que foram base para o mercado independente no Brasil, dividido em fluxos na década de 1970, 1990 e 2010, refluxos na década de 1980, 2000, e pelo que temos visto até agora, se repetirá na década de 2020. Este capítulo termina com as primeiras iniciativas de mulheres em relação à entrada no mercado da música independente, principalmente no gênero do rock.

Da mesma forma que, no primeiro capítulo, entendemos que a trajetória do feminismo europeu e estadunidense não representa a luta das feministas brasileiras, portanto devemos apresentar o feminismo a partir de uma perspectiva decolonial, seguimos metodologia parecida nesta parte da dissertação. Enquanto na década de 1970, no auge da segunda onda

feminista nos países do Norte global, com Simone de Beauvoir e Naomi Wolf sendo pregadas como mensageiras de uma nova sociedade que não se orientava por estereótipos de gênero, no Brasil estávamos em uma ditadura militar, com atividades políticas sendo restritas e vigiadas de perto pelos milicos. O mercado da música mundial, na década de 1970, via o punk nascer nas mãos de Ramones e Sex Pistols, enquanto o pop era tomado pelo disco de ABBA e Bee Gees. Enquanto isso, no Brasil, seguíamos caminhando e cantando e seguindo a canção, com músicas de protesto disfarçadas de poesias cantadas na MPB. Não dá para falar sobre a nossa história usando o microfone dos outros.

## 2.1 O início da música independente no Brasil: décadas de 1970 a 1990

O que é mesmo produção independente? Nesta pesquisa usamos duas definições diferentes e complementares: a primeira, de Márcia Tosta Dias (2000, p. 132), diz que “são consideradas independentes todas as iniciativas de produção, gravação e difusão que acontecem fora do circuito das grandes”. Já Eduardo Vicente (2002, p. 164), define as *indies* como empresas que se responsabilizam pela formação de novos artistas, a prospecção de novos mercados de atuação para as grandes gravadoras, o atendimento a mercados regionais e segmentos de consumo restrito, e atendendo à demanda insatisfeita gerada pela atuação das *majors*. A partir destas informações, Dias destaca que já havia produções musicais independentes no Brasil a partir da década de 60, como o lançamento da Bossa Nova pelo selo Elenco, fundado em 1963, por Aluysio de Oliveira. Também vale ressaltar casos como o de Carmem Miranda, que antes de seu primeiro sucesso “Pra você gostar de mim”, lançado em 1930 pela RCA-Victor, já tinha lançado o seu *debut* álbum em 1929, pelo pequeno selo Brunswick (QUEIROZ JÚNIOR *apud* DIAS, 2000, p. 132). Ainda de acordo com a autora, a escassez de informações sobre o início da produção independente musical, permite registrar alguns casos de *empreendedores aventureiros* (DE MARCHI, 2016, p. 130), tais como a gravadora Gaúcho, do imigrante italiano Severio Leonetti junto a Gustavo Figner, que registrava música regional gaúcha e tangos argentinos; João Gonzaga, filho de Chiquinha, que atuava como produtor musical independente; e João, ex-diretor de gravação da Casa Edison, que fundou em 1919 a *Disco Popular*, gravadora carioca que faliu após um ano (COSTA *apud* DIAS, 2000, p. 132).

Como já observamos no primeiro capítulo, durante as décadas de 1970 e 1980, houve uma ebulição de pautas voltadas para a independência feminina em relação à sua família, o seu reconhecimento no mercado de trabalho, entre outras reivindicações voltadas para a saúde

da mulher e direitos civis. Já no mercado da música no Brasil, teve início a produção de discos independentes, com músicos fugindo do controle advindo das grandes gravadoras, que limitavam o trabalho criativo do artista, preferindo quantidade em detrimento da qualidade (DE MARCHI, 2007, p. 2). A produção independente surge após o aumento do controle das gravadoras multinacionais no Brasil, com apoio do governo militar, em uma espécie de parceria para uma modernização conservadora (DIAS, 2000, p. 53), as gravadoras investiam muito dinheiro na cultura, e assim ganhavam favores dos militares, como aprovação de leis de incentivo e, assim, monopolizavam a gravação e distribuição de música no país. Ainda que essa relação tenha favorecido o crescimento do mercado da música, impossibilitou que vozes dissonantes fossem ouvidas na música, ou seja, o que poderia ofender ou ser considerado impróprio pelo governo militar, não era considerado por estas poucas e grandes gravadoras.

Esse acento da racionalidade empresarial colocava em perspectiva os ideais de ‘popularização’ do projeto nacional e popular através do mercado. Pois entre a censura estatal, as discordâncias na própria esquerda e as demandas comerciais das empresas, intelectuais e artistas engajados viam cada vez mais restritos seus espaços de atuação e fragmentada sua capacidade de comunicação. (DE MARCHI, 2007, p. 14)

Essa tensão mostrou que o mercado tinha um posicionamento político, e não estava ao lado dos artistas. Além da questão do monopólio, os motivos políticos foram grandes incentivadoras para a criação do mercado da música independente, ou uma “primeira experiência de produção fonográfica autônoma” (DE MARCHI, 2016, p. 166), pelos próprios músicos, na segunda metade da década de 70. Aproveitando o aquecimento da indústria nacional de música, que chegou a alcançar até 40% de crescimento em vendas (VICENTE, 2002, p. 53), os músicos investiram do seu próprio bolso em alternativas às *majors* e assim foram criando estúdios independentes de gravação de música, entre eles estão os paulistas Eldorado, Vice-Versa, Guidon, Mosh, Spalla e Abertura; e o carioca, Sonoviso. Desta empreitada inicial destacam-se discos como *Racional* (1975), de Tim Maia; *Feito em Casa* (1977), de Antônio Adolfo; e *Boca Livre* (1979), do grupo de mesmo nome (DE MARCHI; VICENTE, 2014, p. 13), além dos artistas da chamada Vanguarda Paulista, selo ligado à gravadora Continental, que trazia nomes como Arrigo Barnabé, Itamar Assumpção, Grupo Rumo, Língua de Trapo, Premeditando o Breque, e etc (DE MARCHI, 2016, p. 166). A experiência foi uma das primeiras a profissionalizar a música independente, conhecendo seu público, promovendo shows dos artistas de seu *casting* no Teatro Lira Paulistana e prospectando artistas e novos mercados, além de tornar-se parceira da gravadora Continental (VICENTE, 2002, p. 130). Integravam as atividades de uma gravadora independente selecionar artistas

e repertório, realizar a divulgação e a comercialização, embora em alguns casos as últimas duas etapas ficassem sob responsabilidade do artista.

Apesar da preocupação com a qualidade, sustentada por pequenos produtores, muitos selos aparecem por iniciativa do próprio artista para viabilizar o seu trabalho, independentemente do gênero e/ou estilo musical. A indie deixa o seu valor agregado de símbolo da qualidade musical e de veículo de críticas e inovações para, igualmente, desenvolver fórmulas previsíveis e consagradas. Portanto, a fragmentação e seus desdobramentos, que teriam, teoricamente, o poder de transformar as bases da produção e do modo de acumulação da indústria fonográfica, por estarem submersas à lógica do standard, acabam por representar não mais que um rearranjo estrutural. (DIAS, 2000, p. 130)

Embora tenha surgido, timidamente, nas décadas anteriores, é a partir dos anos 70 que o mercado da música independente começa a ganhar iniciativas organizadas que, no futuro, contribuirão para o reconhecimento no mercado da música brasileira. O seu atraso aconteceu devido à crise econômica no país, que afetou a indústria fonográfica na década de 80, conhecida como a “década perdida”, que diminuiu a vendagem das grandes gravadoras e praticamente extinguiu os selos independentes. Vicente (2002, p. 124) afirma que embora a cena independente da música tenha encontrado dificuldades, esta conseguiu se desenvolver durante os anos 80, resistindo apesar da economia em declínio, os altos custos do processo de gravação e distribuição, e resistindo à sua forma. Na década de 80, surgem iniciativas fonográficas voltadas para a rock *underground*, entre elas está o selo Baratos Afins, criado em 1982 por Luiz Carlos Carranca, que gravou bandas como Ratos de Porão, Voluntário da Pátria, Bocato, Nau, As Mercenárias, Gueto, 365, Fellini, Akira S. e Arnaldo Baptista, entre outros. Ainda na mesma época também são criados os selos Ataque Frontal, Wop Bop, Woodstock, Rock Brigade, Heavy Discos, Point Rock e Cogumelo (VICENTE, 2002, p. 128). A existência deste mercado de música independente representava uma alternativa para os artistas e gêneros musicais que não eram tidos como comercializáveis pelas grandes gravadoras, entre eles se encontravam gêneros regionais, como o sertanejo, além do punk e do heavy metal. Sepultura e Angra foram bandas que assinaram com selos independentes nesta época e, posteriormente, seguiram para grandes gravadoras (JANOTTI JUNIOR, 2004; RIBEIRO, 2018). Ainda de acordo com Vicente, iniciativas foram criadas e finalizadas durante a década de 80 a fim de organizar a produção independente, como foi o caso da Associação dos Produtores Independentes de Disco, criada em 1982, a fim de distribuir e divulgar os lançamentos da cena independente, que na época contava com mais de 600 discos no mercado. Infelizmente, a iniciativa terminou antes do fim da década. Na mesma toada de criar iniciativas no mercado da música independente, Cesare Benvenuti acompanhou o sucesso do grupo independente Boca Livre,

que em 1980, vendeu próximo a 100 mil cópias de seu disco de estreia homônimo, com distribuição pelo selo Eldorado. Com este animador número de vendagem, Benvenuti criou a empresa Distribuidora Independente para atender o setor, porém esta aventura também não sobreviveu à crise. De Marchi (2016, p. 168) menciona que durante esta época as gravadoras nacionais sofreram grandes perdas, chegando a falir ou ser incorporadas à multinacionais, tornando real o medo do início da década de 70: a tomada do mercado musical pelas gravadoras multinacionais.

Estava ruim, parece que piorou. É a partir dos anos 1990 que a crise econômica se agrava e isso afeta diretamente o mercado fonográfico, que viu nos primeiros anos a sua receita diminuir cada vez mais. Foi somente a partir de 1993, com a estabilização econômica por meio do Plano Real e a estabilidade política, que a indústria fonográfica viu o aumento da vendagem de discos, saindo de 45.225 milhões (em 1989-1990) para 63 milhões de discos (DE MARCHI, 2016, p. 170). Enquanto isso, no mercado independente, selos independentes e gravadoras não tinham uma grande diferença, donos de selos eram antigos funcionários das *majors*, como foi o caso de Pena Schmidt, que fundou o selo Tinitus e Mairton Bahia, da Radical Records, e transferiu o seu conhecimento para essa área da indústria da música que começara a ter casos bem-sucedidos de selos e de artistas que apostaram na autogestão para seguir na carreira (DIAS, 2000; VICENTE, 2002; DE MARCHI, 2016). Nesta época, destaca Vicente (2002, p. 156), ser um artista independente era visto como produzir algo artesanal, de baixa qualidade, com som precário. Foi preciso reforçar a profissionalização dos selos independentes, e para isso, o mercado da música independente contou com profissionais que já tinham trabalhado nas grandes gravadoras, e, portanto, sabiam como funcionava a organização em uma empresa de música. Da mesma forma que acontece hoje, com músicos independentes que precisam enxergar suas bandas como uma empresa e assim tornar-se empreendedores de si (DE MARCHI; OURIQUE, 2021, p. 20), já em 1990 os músicos reconheceram a importância de assimilar “um conjunto muito mais amplo de conhecimentos [...] bem como da autoadministração de diversos aspectos de suas carreiras” (VICENTE, 2002, p. 171). Entre estas iniciativas estavam a criação de estúdios de música para a gravação de suas próprias músicas e de outros artistas, e a parceria com as gravadoras, que desta vez atuavam como distribuidoras dos discos produzidos pelos artistas independentes. A distribuição física era essencial durante esta década, quando ainda não tinham se popularizado os programas de compartilhamento de música, ao repassar esta responsabilidade para as gravadoras, os selos também recebiam uma espécie de “autenticidade” ao vender discos com marcas das *majors*. Além disso, durante a década de 90 lidava-se com a dificuldade de divulgar os artistas

independentes na mídia, que raramente abria espaço para produções alternativas, a parceria com as grandes gravadoras era uma contradição que fazia parte do desenvolvimento das produções independentes (DIAS, 2000, p. 127). Ainda sobre o barateamento dos custos de produção, Dias avalia:

É fundamental para a compreensão da expansão das indies considerar o desenvolvimento das tecnologias de gravação. [...] O advento dos meios digitais de gravação, ao restringir o número de equipamentos envolvidos na produção sintetizando-os em versões compactas, permitiu a diminuição de custos de instalação e operação dos estúdios. Assim, observa-se a redução do preço da montagem de um estúdio, dos serviços oferecidos por este (preço da hora-estúdio e do número de horas utilizadas nas gravações; custo de materiais e insumos) e de outros custos de produção, tais como o número de músicos envolvidos.

Muito além disso, também já encontrávamos na mídia brasileira os casos cada vez mais comuns de músicos que compunham com o auxílio programas de edição de partituras, como o Finale, o Performer e o Cakewalk Pro Audio (LEÃO, 1997, p. 4). Acompanhando a digitalização da música, reportagens da época afirmam que, na década de 1990, chegou no Brasil o formato de arquivo que prometia revolucionar a escuta de música para os fãs: o MP3. Em matéria para o jornal O Globo, o jornalista Paulo Vianna (1997, p. 6), da editoria Tecnologia etc. - nota-se que o assunto ainda não tinha chegado a figurar no Segundo Caderno, parte do jornal que fala sobre cultura - afirmava que o *MPEG Layer 3* resolveria o problema de armazenar músicas no computador sem precisar renunciar a 50Mb de espaço, definido como “inadmissível” pelo autor na época. Trago essa informação para frisar que, desde o início da digitalização da música existia a ideia de que a utilização deste formato traria “alforria para disc-jóqueis e net-piratas”, como se afirmava no subtítulo da matéria em questão. O fim da década de 90 e o início do próximo século são marcados por mais uma mudança, definida por De Marchi (2016) como “destruição criadora da indústria fonográfica”, graças à popularização da internet, dos computadores pessoais e das mídias regraváveis, conhecemos algo chamado popularmente como *pirataria*<sup>13</sup>.

Funcionando de forma complementar, as independentes e as *majors* constituem uma espécie de rede *polinizadora*<sup>14</sup>, em que embora não sejam reconhecidas, as produtoras,

<sup>13</sup> Para saber mais sobre o assunto, indicamos a leitura dos capítulos “Desestruturação do mercado de discos físicos e a crise institucional da indústria fonográfica brasileira” e “A formação do mercado fonográfico digital no Brasil” (p. 182 a 228), do livro *A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira, 1999 – 2009* (DE MARCHI, 2016).

<sup>14</sup> A comparação surge da leitura do artigo “Música, sons e dissensos” (HERSCHMANN; FERNANDES, 2020 p.166) que usa a metáfora das abelhas, do economista Moulrier Boutang (2010), para falar sobre práticas que não são reconhecidas, como o trabalho das abelhas, mas que são vitais para o funcionamento do capitalismo contemporâneo.

gravadoras e selos independentes são essenciais para o mercado da música como conhecemos hoje. As empresas de música independente absorvem parte da produção musical independente, não financiada pelas *majors*, o que diminui a tensão no panorama cultural enquanto permite o surgimento de novos nomes, testando novos formatos e novos artistas. Assim, às grandes gravadoras cabe apenas a decisão de investir ou não na novidade, alavancando ao sucesso artistas que já chegam ao grande mercado praticamente prontos (DIAS, 2000, p. 125). Da mesma forma que o feminismo no Brasil passa por períodos de fluxo e refluxo, assim também é o mercado da música. Os ciclos de concentração e distensão revelam períodos de intensa produção musical, com baixa diversidade e criatividade; seguidos pela insatisfação do público, o que leva a uma baixa produção, com o estímulo do mercado independente, repleto de novidades. Dias (2000, p. 126) conta que este ciclo “se realizaria na medida em que a grande indústria incorporaria lentamente essa diversidade, comprando o cast das pequenas companhias, até alcançar um novo momento de concentração, refazendo o ciclo”. Esta flexibilização na produção artística foi responsável por viabilizar comercialmente artistas do mercado de pop-rock, como por exemplo, Chico Science & Nação Zumbi, Skank e Planet Hemp, artistas oriundos do selo Chaos, da Sony Music; O Pato Fu, que surgiu no selo Plug, da BMG; e o Raimundos, que lançou seu disco de estreia por meio do selo Banguela, distribuído pela Warner Music (DE MARCHI, 2016, p. 175). Ainda nesta mudança de perspectivas e formas de trabalhar, De Marchi também destaca que as gravadoras passaram a investir em gêneros musicais, na segmentação, passando a apostar na música sertaneja, no pagode e no axé. Mas não foram todos os gêneros musicais segmentados que foram abarcados por essa mudança nas *majors*, Vicente (2002, p. 160) conta que alguns segmentos continuaram sendo viabilizados graças ao trabalho das independentes, como é o caso da World Music, da New Age, da música instrumental, da música regional, da música infantil e da música gospel.

## **2.2 Mudanças na indústria fonográfica na era digital: décadas de 2000 e 2010**

No século XX a indústria fonográfica contava com as gravadoras como as grandes intermediárias entre fãs e artistas, já nos primeiros anos do então novo século acompanhamos mudanças que alterariam o curso da indústria da música para sempre. No fim da década de 90 o mercado da música era dominado por quatro grandes gravadoras multinacionais e uma nacional, todas localizadas na região sudeste. Além disso, pequenas e médias gravadoras, no mercado independente, supriam a necessidade do lançamento de novos artistas, vivendo uma relação de complementaridade com as *majors* (DE MARCHI, 2016, p. 182). Ainda de acordo

com o autor, essa ordem conseguia ser mantida por meio dos altos valores cobrados pela venda de discos físicos no território nacional, quanto pela divulgação realizada pelos meios de comunicação de massa da chamada mídia tradicional (TV aberta, rádio e impressos). Para ouvir sua música favorita era preciso pagar caro, e essa era a única opção apresentada ao consumidor, a fim de tornar essa noção do que é “caro” mais palatável para quem não viveu essa época, uma matéria da Folha de S.Paulo, mostra que, em outubro de 1997, o valor médio de um CD era de R\$ 17,00 – preço que se mantinha estável nos últimos três anos – de acordo com a Associação Brasileira dos Produtores de Discos – ABPD (FOLHA, 1997). A matéria também mostra que embora o custo para a fabricação do CD (que inclui artista, impostos, direitos autorais, marketing, margem do varejo e lucro da gravadora) variasse entre 1 e 2 reais, estes valores eram repassados ao consumidor. Um dado importante para entender o quão abusivo eram estes 17 reais, é observar que o salário-mínimo em 1997 era de 120 reais. A música gravada era acessível? Se manteria a longo prazo praticando estes valores? A resposta é encontrada nos próximos anos desta primeira década do século XXI.

Com discos custando valores exorbitantes para a maioria da população, o surgimento da chamada “pirataria digital” foi uma forma de facilitar o acesso à música, em detrimento dos direitos autorais dos artistas e do lucro das grandes gravadoras. Criado em 1999, o Napster foi uma empresa eletrônica que geria um programa de compartilhamento de arquivos entre pares (*peers to peers* – P2P, na sigla em inglês). Embora não tenha sido criado para o compartilhamento de músicas em MP3, e sim para mediar a busca dos usuários por arquivos enquanto fazia conexão entre os computadores, em pouco mais de um ano a empresa chegou a ter 10.782 milhões de usuários que usavam o programa para compartilhar cerca de 46,6 milhões de canções por mês (DE MARCHI, 2016, p. 114). Porém, estas atividades eram realizadas sem o consentimento dos detentores dos direitos autorais destas músicas, e assim, em dezembro de 1999, algumas gravadoras iniciam processos contra o programa nos Estados Unidos. Em resumo, todo o processo consistia, de um lado, o argumento da acusação que enxergava o Napster como um facilitador de pirataria digital, dependendo e concorrendo com o modelo tradicional da indústria fonográfica, enquanto aproveitava-se de forma oportunista das obras dos artistas, editoras e gravadoras. De outro, a defesa do programa de compartilhamento de arquivos alegava que o programa não poderia ser responsabilizado pelos crimes de direitos autorais cometidos por seus usuários, ao mesmo tempo em que, insistia que havia benefícios sociais neste modelo, ao dizer que uma vez que o usuário “baixava” a música, ele tinha acesso a uma amostra da música, podendo decidir comprar ou não o álbum que continha a canção desejada. O Napster foi considerado culpado e a

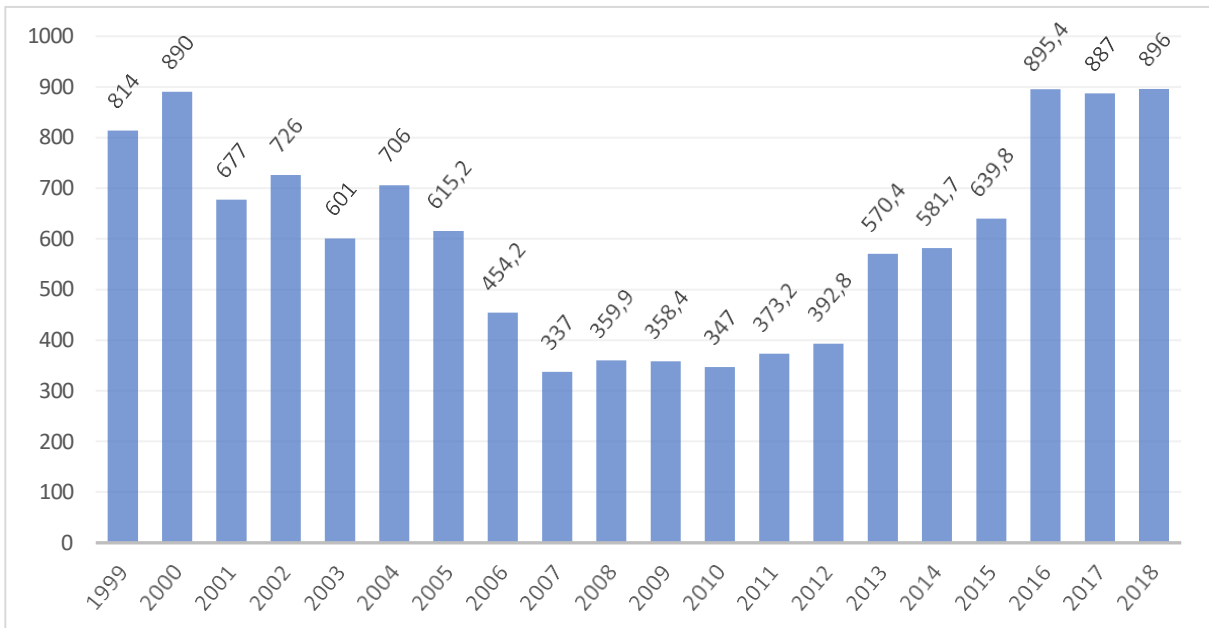


condenação resultou na retirada de todo o material protegido por direitos autorais – basicamente toda a sua biblioteca musical – o que levou o programa à sua reformulação, tornando-se um serviço de streaming musical (DE MARCHI, 2016, p. 117). O caso do Napster mostra o quão atrasadas estavam as grandes gravadoras, se recusando a enxergar que, no crescente público do programa de compartilhamento de música, estavam fãs que gostariam de ter mais do principal produto deles, mas que não conseguiam arcar com os custos. De Marchi (2016, p. 118), avalia que embora o Napster tenha sido condenado, ele foi apenas um sintoma de que as destruições criadoras no mercado fonográfico já estavam acontecendo. As transformações que aconteceram na década de 2000 no mercado da música poderiam ter significado o fim da indústria fonográfica no país.

Pela primeira vez em sua trajetória, a mudança tecnológica dessa indústria não foi introduzida e controlada pelos agentes dominantes do mercado, notadamente, as grandes gravadoras multinacionais, e ainda se colocou em questão a legitimidade social de diversas instituições desse campo, como os discos físicos, os preços praticados pelas gravadoras, as lojas revendedoras, a importância dos meios de comunicação de massa para a divulgação dos produtos e até mesmo a lei de direitos autorais, pois diversos produtores de conteúdo (artistas autônomos e micro gravadoras) disponibilizaram deliberadamente seus fonogramas de forma gratuita na internet, valendo-se de Licenças Públicas Gerais (LPG). Diante da paralisia dos tradicionais agentes da indústria em relação ao mercado fonográfico digital, criou-se uma real oportunidade de se desfazer a estrutura social do mercado de discos físicos e de se desenvolver um modelo brasileiro de comércio fonográfico digital. (DE MARCHI, 2016, p. 197)

Esta situação impulsionou a venda de fonogramas digitais por meio da internet entre 2006 e 2009, de acordo com a Pro-Música Brasil, até então conhecida como ABPD, citada na pesquisa de De Marchi (2016) e que, desde 2003, publica um relatório anual que informa sobre os números do mercado brasileiro de música em relação às vendas de música em formato físico e digital. De acordo com o relatório de 2003, pela primeira vez nenhum país da América Latina ficou entre os 10 maiores mercados de música, anteriormente, informa o documento, o Brasil tinha alcançado a 6ª posição (ABPD, 2004, p. 8). No ano seguinte o país começou a recuperar-se e o mercado da música cresceu aproximadamente em 17%, em termos de valor, sendo impulsionado pela venda de DVDs (ABPD, 2005, p. 15). Já em 2005 as vendas voltaram a cair no restante do mundo, embora o Brasil tenha voltado a se tornar um dos 10 maiores mercados de música do mundo, foi também no relatório do Mercado Brasileiro de Música que, pela primeira vez, entraram os números das vendas online (ABPD, 2006, p. 8). A partir desse ano as gravadoras entendem a importância de manter registro sobre as vendas de músicas digitalmente, bem como nos formatos físicos. Podemos acompanhar essa mudança do faturamento total com o auxílio da tabela abaixo.

Gráfico 1 – Vendas totais (físicos e digitais) de fonogramas no Brasil em milhões de reais



Fonte: Elaborado pela autora (2022) com dados baseados nos relatórios ABPD/Pro-Música Brasil entre os anos de 1999 e 2018.

Enquanto as gravadoras insistiam em seguir o mesmo modelo de negócio utilizado na década de 90, baseado na venda de discos físicos completos, ou seja, com as músicas de trabalho e as canções “lado b”, o mercado da música independente decidiu se organizar ainda mais. Em 2002 é criada a Associação Brasileira de Música Independente (ABMI), por uma comissão formada por representantes de gravadoras independentes como Rodolfo Stroeter (Pau Brasil), Pena Schmidt (Tinitus), Costa Netto (Dabliú), Benjamin Taubkin (Núcleo Contemporâneo), Eduardo Muskat (MCD) e Thomas Roth (Lua Discos). A criação de uma associação que defendesse os interesses das gravadoras independentes foi essencial para conseguir melhores acordos de divulgação e distribuição, contratos de impressão dos discos, entre outros benefícios em relação às *majors* (VICENTE, 2002, p. 166). Enquanto o mercado independente se profissionalizava, as grandes gravadoras viam a sua aposta nos discos físicos, guiados pelo CD, ter uma queda sistemática ano após ano.

Pela primeira vez em sua trajetória, a mudança tecnológica dessa indústria não foi introduzida e controlada pelos agentes dominantes do mercado, notadamente, as grandes gravadoras multinacionais, e ainda se colocou em questão a legitimidade social de diversas instituições desse campo, como os discos físicos, os preços praticados pelas gravadoras, as lojas revendedoras, a importância dos meios de comunicação de massa para a divulgação dos produtos e até mesmo a lei de direitos autorais, pois diversos produtores de conteúdo (artistas autônomos e micro gravadoras) disponibilizaram deliberadamente seus fonogramas de forma gratuita na internet, valendo-se de Licenças Públicas Gerais (LPG). Diante da paralisia dos tradicionais agentes da indústria em relação ao mercado fonográfico digital, criou-se uma real oportunidade de se desfazer a estrutura social do mercado de discos físicos

e de se desenvolver um modelo brasileiro de comércio fonográfico digital. (DE MARCHI, 2016, p. 197)

Como se as vendas não fossem sinais o suficiente para mostrar às gravadoras que o mercado não estava aceitando sua estratégia de negócios, após a saída de profissionais técnicos dos altos cargos das empresas, o próximo passo foi a debandada de artistas populares da música brasileira, tais como Lobão, Gal Costa, Beth de Carvalho e Ed Motta. Cada um deles assinou com selos independentes tornando-se assim livres para determinar os rumos de sua própria arte, como já foi dito anteriormente, o mercado da música independente preza pela qualidade em relação à quantidade, o que agrada aos artistas e provoca ira nas grandes gravadoras. Com a profissionalização da música independente, a distribuição dos discos que até então ainda era feita pelas gravadoras multinacionais tornou-se também mais um dos braços do mercado independente, que agora distribuía músicas também no formato MP3, aderindo a “cultura do download”. Em matéria de capa do Segundo Caderno, do jornal O Globo, em 2002, o assunto do mercado independente de música é abordado com a profundidade que uma matéria jornalística de página inteira permite, e conforme pudemos acompanhar nas próximas décadas, acreditava-se que o futuro da indústria fonográfica estava nas mãos dos pequenos selos e músicos independentes.

Uma indústria saturada, as grandes gravadoras em crise, artistas até então intocáveis sendo demitidos ou preferindo outros caminhos e o sonho megalômano da meta de um milhão de discos vendidos ficando cada vez mais distante. O que para as multinacionais já passou já muito de um sinal de alerta, para os pequenos selos tornou-se um horizonte aberto para novas ideias. [...] Nunca foi tão evidente a inserção no mercado de produtores, músicos e donos de gravadoras que apostam na qualidade no lugar das cifras milionárias, que não acreditam na arte apenas como um produto e resolveram dar o seu grito de independência ante a morte lenta imposta por um sistema viciado (PIMENTEL, 2002, p. 1)

De acordo com Pena Schmidt, presidente da ABMI e entrevistado para a matéria no jornal O Globo, em 2002, eram 80 selos associados e um catálogo de mais de três mil títulos, sem contar com os selos não integrados à Associação, e os músicos autônomos. As transformações que aconteceram na década de 2000 no mercado da música poderiam ter significado o fim da indústria fonográfica no país (DE MARCHI, 2016, p. 197). Ainda neste início de século, os primeiros sinais da popularização da internet facilitaram a divulgação e comercialização das bandas do *cast* dos selos independentes. A mídia especializada registrava esse novo momento na música brasileira, impactado principalmente pela cena musical que se proliferava em fóruns, blogs e comunidades no Orkut, até então a rede social mais popular no Brasil. A disseminação de uma internet de alta velocidade, conhecida popularmente como banda larga, auxiliou na popularização de redes sociais online como Orkut, Trama Virtual e

*MySpace*, que a partir da segunda metade da década de 2000, tornam-se formadores de público e os lugares para se achar novos artistas, tomando aos poucos o lugar que cabia às mídias de comunicação de massa tradicionais.

O acesso potencial ao conjunto da produção musical brasileira e mundial do passado e do presente, por meio da rede mundial de computadores, se torna um fator importante de substancial ampliação de referências que irá marcar, sobremaneira, esse “novo momento da música brasileira” [...]. No entanto, até meados dos anos 2000 as novidades técnicas ainda não favoreciam o encontro dos artistas independentes (e suas produções musicais) com “seus públicos” potenciais. A arquitetura em rede das chamadas redes sociais terá um papel decisivo neste aspecto, conectando grupos de afinidade e associando em plataformas comuns as possibilidades de promoção, divulgação e distribuição dos trabalhos musicais. (GALETTA, 2018, p. 127)

A popularização das redes sociais impulsionou o mercado de música digital no Brasil, fazendo com que bandas e artistas rejeitassem as parcerias desfavoráveis com grandes gravadoras, desenvolvendo sistemas próprios de produção e distribuição. Com afirma Vicente (2002, p. 35), o crescimento do cenário independente é “diretamente relacionado com as mudanças no patamar tecnológico da indústria – que provocam, via de regra, dramáticas quedas nos custos de gravação e impressão de discos”. É a partir deste autogerenciamento de sua carreira que os músicos independentes negociam seu espaço no mercado da música, sem depender da visão limitada das gravadoras em relação ao que é comercializável. Para as gravadoras independentes, o que desestabilizou o mercado fonográfico tradicional favoreceu o seu investimento em novas formas de gravação e tecnologias de comercialização na música. Diferentemente das *majors*, que trabalham com a venda de CDs para grandes lojas revendedoras, o mercado independente tem uma relação direta com os fãs (DE MARCHI, 2006, p. 178). Entre estes primeiros exemplos bem-sucedidos de comercialização de música na internet estão o iMúsica, a Trama Virtual, o Palco MP3, o *BandCamp*, o *SoundCloud*, entre outros, classificados como “empresas eletrônicas de música” (DE MARCHI, 2016, p. 202). O autor também ressalta que estas empresas não somente comercializavam fonogramas digitais por meio da rede mundial de computadores, cada uma seguia seu próprio caminho no oferecimento do serviço, sendo algumas responsáveis por disponibilizar o arquivo para download gratuitamente, outras permitiam que se ouvisse a música via streaming, também se oferecia a possibilidade de digitalização das músicas, além de realizar a venda de fonogramas também pelo celular. O fato é que a transformação provocada pela popularização do acesso à internet permitiu que grandes gravadoras e pequenas iniciativas no mercado independente tivessem acesso às mesmas ferramentas de distribuição e divulgação de seus artistas, e isso mudou o jogo completamente. Além do favorecimento tecnológico, o mercado independente

no Brasil também pôde contar com um bom *timing* em relação à implementação de novas políticas de incentivo à cultura e de financiamento de projetos e circuitos a partir das gestões de Gilberto Gil (2003-2008) e Juca Ferreira (2008-2010) a frente do Ministério da Cultura.

O campo musical era, entre meados dos anos 2000 e início dos anos 2010, um ambiente tecnológico, cultural, político e econômico favorável para iniciativas e articulações criativas. Durante esta época também foi possível ver o aumento de festivais independentes de música no Brasil e de projetos voltados para o circuito de shows em torno da produção independente (GALETTA, 2018, p. 127). Os festivais independentes não só auxiliam na divulgação da música independente, eles também representam a descentralização dos eventos de música, lutando contra uma tendência mercadológica que insiste em levar todos os artistas independentes para o eixo Rio x São Paulo. Desta época podem ser citados os seguintes festivais, que permanecem até hoje: Festival Bananada (GO), criado em 1999; No Ar Coquetel Molotov (PE), criado em 2004; Festival DoSol (RN), criado em 2001; Porão do Rock (DF), formado em 1998; Até o Tucupi (AM), realizado desde 2006; e Grito Rock (MT), com a primeira edição em 2003. Embora não seja o foco desta pesquisa, é importante destacar que os festivais de música independente funcionam como ferramentas de influência e disseminação de artistas, apresentando-os para um público que frequenta estes eventos religiosamente, disposto a pagar para conhecer novos sons ao vivo e estar à frente das tendências na música.

Os músicos, produtores e gestores de indies que têm concentrado seu poder nos eventos musicais têm tido não só um retorno interessante, mas também a possibilidade de perceber que a “questão da pirataria” passa a ser incorporada não mais como um problema, mas uma oportunidade para divulgação da obra (como uma estratégia para se angariar reconhecimento junto ao público). (HERSCHMANN, 2010, p. 79)

O que levou décadas para as grandes gravadoras perceberem – a importância dos shows – foi notado rapidamente pelo mercado de música independente. Da mesma forma que, na década de 50 e 60, a disseminação dos primeiros selos musicais se deram, como já mencionamos no início deste capítulo, por meio da vontade de divulgar o trabalho de artistas que não eram considerados comercializáveis pelas grandes gravadoras; entre as décadas de 90 e 2000, com a crise da indústria fonográfica e a terceirização de serviços pelas gravadoras *majors*, a criação de novos selos musicais foi necessária para que artistas em início de carreira pudessem adentrar a indústria da música, e para os artistas consagrados, foi também uma opção de fugir dos contratos tirânicos das grandes gravadoras. Nesta fase, a relação entre as *indies* e as *majors* se caracteriza, segundo Vicente (2002, p. 36), por uma interdependência em que os primeiros se encarregam de descobrir talentos e construir carreiras e enquanto as grandes

gravadoras cuidam da distribuição e divulgação, podendo, eventualmente, tomar conta de todas as fases caso o artista comece a dar lucro. Desta época, destacam-se uma série de selos musicais que, até hoje continuam atuando na cena independente, organizados sob a batuta da ABMI, podemos citar os seguintes selos:

**Atração Fonográfica:** Com sede em São Paulo (SP), a empresa foi criada em 1996 e hoje traz no catálogo mais de mil artistas e 32 mil fonogramas brasileiros<sup>15</sup>. Os principais gêneros que trabalham são sertanejo, músicas regionais, reggae e católicos. Entre os artistas do catálogo estão nomes consagrados como Sérgio Reis, Caju e Castanha, Armandinho e Agnaldo Timóteo, e cantores e bandas em início de carreira.

**Azul Music:** Voltada para a divulgação da música clássica, foi criada em 1993, em São Paulo (SP). Embora tenha em sua maioria de lançamentos artistas da música erudita, seu catálogo também traz os cantores e compositores Corciolli e Andre Matos, ambos artistas ligados ao rock. De acordo com o próprio site da gravadora independente, nestas quase três décadas de existência eles venderam mais de 20 milhões de álbuns<sup>16</sup> no Brasil e no mundo.

**Biscoito Fino:** Criada em 1993, no Rio de Janeiro (RJ), em uma parceria entre Olivia Hime e Kati de Almeida Braga, a gravadora independente surgiu com o objetivo de levar para o setor a produção musical de qualidade – vale lembrar que, na época, independente ainda era sinônimo de produções toscas. Com foco na riqueza musical brasileira, o selo trabalha com mais de 24 gêneros musicais, incluindo projetos especiais como *Biscoitinho*, dedicado a músicas infantis; *Biscoito Clássico*, com obras de música clássica; e *Biscoito Internacional*, para repertório gravado fora do Brasil. No catálogo, grandes nomes como Maria Bethânia, Gal Costa, Chico Buarque, Zélia Duncan e Arnaldo Antunes, e artistas independentes.

**Dissenso Records:** Criado em 2005, em São Paulo, atua com o rock experimental, o post-rock, metal, música drone<sup>17</sup> e *sludge*<sup>18</sup>. Trabalha como gravadora, distribuidora e produtora.

---

<sup>15</sup> Informação encontrada no site do selo, na aba “Sobre”. Fonte: <<https://www.atracao.com/sobre>>. Acesso em 11 dez. 2022.

<sup>16</sup> Informação encontrada no site da gravadora Azul. Fonte: <<https://www.azulmusic.com.br/quem-somos/>>. Acesso em 11 dez. 2022.

<sup>17</sup> Estilo de música minimalista que utiliza sons repetidos, notas sustentadas ou clusters de tons – chamados de drones. Utilizam-se como principais instrumentos o sintetizador, o teclado eletrônico e instrumentos de corda. Bandas como Kraftwerk, The Velvet Underground e Sonic Youth estão entre os representantes mais populares.

<sup>18</sup> Sludge é um sub-gênero do heavy metal que une características do doom metal, do hardcore e, às vezes, do Southern rock.

**Kuarup:** Criada no Rio de Janeiro (RJ), em 1977, pelo produtor Mario de Aratanha e o fagotista Airton Barbosa, do Quinteto Villa-Lobos, a gravadora também contou com a participação da socióloga e artista plástica francesa Janine Houard. Além de selo, também é editora, produtora de audiovisual e de eventos, além de atuar como assessoria de imprensa, gestão e estratégia em redes sociais, gravação, mixagem, masterização e pós-produção. Especializada em música brasileira, seu catálogo traz a maior coleção de Villa-Lobos do Brasil, além de canções nos gêneros de choro, música nordestina, caipira, sertaneja, MPB, samba e música instrumental. Carregando nomes do tamanho de Ney Matogrosso, Baden Powell, Pena Branca & Xavantinho e artistas independentes em lançamentos digitais.

**Maritaca Produções Artísticas:** Criado em 1997 pela flautista, pianista e violonista Léa Freire, o selo e produtora busca promover o cenário instrumental brasileiro. A fundadora, que recebeu recentemente documentário<sup>19</sup> contando sobre a sua vida, já produziu mais de 40 discos, entre eles com o trombonista Bocato, com Guilherme Vergueiro, e outros artistas de música instrumental.

**Maximus Records:** Fundada em 2007, em São Gonçalo (RJ), a gravadora e selo Gospel une artistas populares na cena religiosa pentecostal e cantores iniciantes. Além do serviço de gravação, também oferece produção musical, marketing digital, gestão artística, design e arte gráfica, audiovisual e produção de discos físicos por meio de CD-R e DVD-R.

**midsummer madness:** Criada em 1989, no Rio de Janeiro (RJ), por Rodrigo Lariú, a *midsummer madness* começou como um fanzine e, em 1994, tornou-se selo, produtora e editora. Até 2019, já tinham passado por seu casting 113 bandas dos gêneros *post-punk*, *indie*, *punk* e *shoegazer*. Entre os artistas do catálogo estão Fellini, *Pin Ups*, *The Cigarettes*, Supercordas, *Justine Never Knew the Rules*, *Lava Divers*, entre outros.

**Mills Records:** Gravadora e editora, fundada em 2001 por Carlos Mills, hoje presidente da ABMI, ela é sediada no Rio de Janeiro (RJ). Focada na brasilidade e música autoral, traz no catálogo discos como *Sambolero*, de João Donato, que foi vencedor do Grammy (2010), na categoria Melhor Álbum de Latin Jazz; *Ernesto Nazareth*, de Maria Teresa Madeira, que

---

<sup>19</sup> O filme biográfico em formato documentário se chama “A Música Natureza de Léa Freire”, que conta a trajetória da multi-instrumentista que, ainda que seja comparada a nomes como Villa Lobos, Tom Jobim ou Hermeto Pascoal, não é reconhecida como eles. O filme explora o machismo existente na música instrumental, enquanto mostra o impacto da obra de Léa Freire em grandes musicistas, como Keith Underwood, conhecido flautista e fã do trabalho da artista brasileira.

ganhou o Prêmio da Música Brasileira (2017), na categoria Melhor Álbum Erudito; e *Samba Jazz de Raiz*, de Cláudio Jorge, vencedor do Grammy Latino (2020), na categoria Melhor Álbum de Samba.

**Monstro Discos:** Fundada em Goiânia, em 1998, por Leonardo Ribeiro, a gravadora e selo independente foi a responsável por lançamentos físicos (CD e vinil) de bandas como Autoramas, Canastra, Ecos Falsos, Júpiter Maçã, Macaco Bong, Mundo Livre S/A, Ratos de Porão, WRY, entre outras. Para além dos discos, a Monstro também trabalhou na curadoria de festivais, produção de turnês, lançamento de livros, HQs, DVDs, sempre ligados ao rock independente. Também são criadores do Goiânia Noise Festival.

**Movieplay do Brasil:** Produtora, editora, distribuidora digital e selo musical, originou-se ainda em 1968, na Espanha, com o nome Sonoplay. Posteriormente, foi adquirida pelo grupo belga Movierecord, e depois tornou-se Movieplay, existindo concomitantemente no Brasil e em Portugal. Por aqui, existe desde 1989, sendo pioneira na venda de CDs no país e localizando-se em São Paulo (SP). No catálogo, voltando para a música lusitana e brasileira – de gêneros que vão do fado e do forró até a música romântica e o rock, estão nomes como Roberto Leal, Jair Rodrigues, Leci Brandão, Nelson Ned e O Terço.

**Núcleo contemporâneo:** Com mais de 80 discos lançados, a gravadora e produtora criada pelo pianista Benjamim Taubktin, trabalha desde 1996 com a música instrumental brasileira. Com o passar dos anos, também começa a atuar com a música brasileira regional e a música erudita. Em seu catálogo, artistas como Ná Ozzetti, Vitor Ramil, Nina Becker e músicos nas fases iniciais da carreira. Além das atividades como produtora e gravadora, desde 2011 vem desenvolvendo o projeto Casa do Núcleo, em que atividades de laboratório e pesquisa em música são disponibilizados em um espaço físico, em São Paulo (SP), com programação que inclui concertos, oficinas, audições de discos, documentários musicais e projetos especiais.

**Onimusic:** Criada em 2004, a gravadora, produtora e editora de músicas gospel, foi fundada por Nelson e Christie Tristão, em Belo Horizonte (MG). Administra mais de 250 mil obras gospel de editoras internacionais, e traz em seu catálogo brasileiro artistas populares no gênero como Diante do Trono, Rodolfo Abrantes, Gabriela Rocha, e cantores iniciantes.

**Pôr do Som:** De São Paulo (SP), o selo e produtora existe desde 2001 e atua nas áreas da



música popular brasileira, instrumental, infantil e regional de raiz. Tendo lançado 70 discos, foi vencedora do Prêmio Profissionais da Música Brasileira, na categoria de Melhor Gravadora Independente (2015 e 2016).

**YB Music:** Criada em 1999, em São Paulo (SP), atua como editora, gravadora, produção de música, consultoria, licenciamento e sincronização em publicidade e em conteúdo. Focada em relançar músicas e descobrir novos talentos da música brasileira, traz em seu catálogo nomes como Nação Zumbi, Tulipa, Romulo Fróes, Blubell, Luedji Luna, Filarmônica de Pasárgada, Zeferina, entre outros.

Muito mais do que a porta de entrada para muitos artistas iniciantes na indústria da música, os selos independentes também funcionam como arquivo vivo das primeiras composições, das demos, de artistas que posteriormente se tornaram cultuados. Rodrigo Lariú, o criador do selo *midsummer madness*, conta que em sua experiência as novas tecnologias de reprodução musical nunca foram adotadas de primeira. Em 1989, quando ainda era um fanzine que distribuía *mixtapes* a tecnologia acessível eram as fitas K7, pois custava muito mais pensar um vinil e era impensável fazer um CD. Em 1997, eles iniciaram os trabalhos com o CD, quando a primeira versão do site do selo entrou no ar. Embora já conhecesse o sucesso do formato MP3 desde 2000, só confiou que a música digital vinha para ficar em 2006.

O mais curioso de tudo é que a época em que a gente mais perdeu master foi essa. Arquivos que as bandas me mandavam em mp3, eu deixava arquivado em um computador que queimava e adeus master. As masters das épocas de fita e CD eu tenho todas até hoje. Então, essa coisa do digital, o que mais me incomoda é a imaterialidade, mais do que o valor em si. Quem é Spotify? Apple? Talvez estas plataformas um dia desapareçam também. Se não fosse o *midsummer madness* e selos parecidos, muitas bandas provavelmente sumiriam no dia que essas plataformas desligassem a tomada (ALBUQUERQUE, 2021)

Na década de 2000 a parceria entre mercado independente e o *mainstream* começou a mudar, haja visto a disseminação de selos independentes citados na lista acima, mas é a partir da década de 2010 que a relação de interdependência entre grandes gravadoras e os selos independentes deixa de existir. Os selos não precisam mais criar um artista, estudar um mercado, para que as gravadoras venham investir posteriormente, o artista cria o seu mercado, fideliza o seu público e não depende mais das gravadoras para fazer turnês e lançar discos. O principal motivo é a independência financeira provocada pelas distribuidoras de música digital, pelas redes sociais e o acesso facilitado a internet, que se tornaram ferramentas

essenciais para qualquer músico – e todos os profissionais que trabalham nos bastidores da indústria da música. É na década de 2010 que turnês são organizadas por meio das redes sociais, como Facebook e Twitter, com o auxílio de fãs que se tornam *roadies*<sup>20</sup>, produtores, *bookers*<sup>21</sup> e assessores de imprensa para ajudar às bandas de outras regiões do país a tocar em sua cidade natal.

Para entender como funciona essa proatividade em relação aos consumidores de música, precisamos retornar à década de 1980, quando surgiu o termo *prosumer* (TOFFLER, 1980), que embora tenha sido criado a partir da disseminação de avanços mercadológicos como o auto teste de gravidez, ainda na década de 70, as iniciativas empreendidas a partir da década de 2010 na música independente também se aplicam ao significado inicial<sup>22</sup> do neologismo: a união entre produtor e consumidor, ou seja, um consumidor que produz seus conteúdos, seus entretenimentos, responsável pela solução de seus problemas. Para chegar nesta previsão econômica – que hoje vemos ser, em parte, real – Toffler dividiu a história da civilização em três ondas: a Primeira Onda, que vai até cerca de 1750, todos eram *prosumers* (TOFFLER, 1980, p. 266), comíamos o que plantávamos, vestíamos o que conseguíamos costurar, e para conseguir cuidar da nossa saúde, trocávamos serviços com quem trabalhava com medicina. Na Segunda Onda, com a revolução industrial, todas as nossas necessidades são terceirizadas para outros profissionais. Cada um tem a sua responsabilidade, e é um sistema econômico que sobrevive graças à separação do consumidor do produtor: quem planta, não necessariamente vai comer o que plantou; quem costura, não necessariamente vai vestir o que costurou; e quem escolheu a medicina como profissão não vai aceitar troca de serviços como pagamento. Mas esse sistema é voraz, trata seres humanos como máquinas, e ainda existem pessoas que gostam do modo de viver da Primeira Onda, e são chamadas como primitivas pelos profissionais da Segunda Onda (TOFFLER, 1980, p. 23). Os anos passam e começa a surgir a Terceira Onda, em que há uma mudança do que significa consumir um produto, deixa de ser uma atividade passiva para tornar-se ativa, em que o cliente faz parte do trabalho – externalização do custo, que sempre é pago pela sociedade, seja via consumidor ou governo. Em 1980, Toffler já previa o

<sup>20</sup> Roadies são os profissionais técnicos responsáveis pelos bastidores de um espetáculo (música, teatro...), auxiliam na produção do evento até mesmo na afinação de instrumentos e no transporte de cargas. Também são chamados de “galera da graxa”.

<sup>21</sup> Os bookers são os responsáveis por organizar turnês, encontrando casas de shows adequadas para o público do artista e para o tipo de performance realizada. Também podem ser chamados de agentes de shows.

<sup>22</sup> Inicial porque, 40 anos depois da publicação do livro de Toffler, *prosumer* também tem sido utilizado para designar o que conhecemos hoje como influencers.

aumento dos valores das atividades ligadas ao setor terciário e o quanto ela incentivava esta independência dos consumidores, facilitando o retorno dos *prosumers*, que desta vez teriam a tecnologia ao seu favor.

A sedução voluntária do consumidor na produção tem implicações. Para entender o porquê, é bom lembrar que o mercado tem como premissa precisamente a divisão entre produtor e consumidor que agora está sendo borrado. Um mercado elaborado não era necessário quando a maioria das pessoas consumia o que elas mesmas produziam. E só se tornou necessário quando a tarefa do consumo foi separada da produção. [...] O mercado não é capitalista nem socialista. É um direito, inevitável consequência do divórcio entre produtor e consumidor. onde quer que isso ocorre o divórcio, surge o mercado. E onde quer que a lacuna entre consumidor e produtor estreita, toda a função, papel e poder do mercado é questionado. (TOFFLER, 1980, p. 275)

O mercado que Toffler fala não é o mercado da música. Mas as tendências de um afetam o outro e, assim, o consumidor de música, o fã, assume o papel de responsável por trazer suas bandas para realizar shows, de criar selos para incentivar o projeto musical de seus amigos, de iniciar um blog para divulgar as músicas que ouve e não vê a grande mídia dando palco. No próximo capítulo vamos tratar um pouco mais a fundo do assunto, quando a PWR Records foi criada, em 2016, quando duas mulheres fãs de rock independente começaram a insistir para que as bandas de outras mulheres fossem tocar em Recife (PE), e assim organizaram o primeiro show em Pernambuco, da Ventre (RJ), da Rakta (SP) e da My Magical Glowing Lens (ES), que em seguida também passou por Paraíba e Rio Grande do Norte. Ainda que seja um feito surpreendente o realizado pela PWR Records ainda antes de existir oficialmente, planejar e ajudar a realizar turnês em diversas cidades por meio da internet já era uma forte tendência na década de 2010. Graças às redes sociais, às distribuidoras de música digital e aos blogs independentes, as bandas conseguiam lançar e divulgar suas músicas de forma gratuita ou, pelo menos, com custos menores. Mas não bastava tornar a música pública, era preciso também fazer shows. Foi assim que começou a se disseminar a ideia de turnês independentes, com planejamento realizado por meio de votações na fanpage no Facebook da banda, escolhendo as cidades em que a turnê passaria. Um dos mais famosos casos de turnês nacionais independentes bem-sucedidas é a *Sem Sair na Rolling Stone*, com o nome extremamente sugestivo, idealizada pela banda Lupe de Lupe, do coletivo cultural Geração Perdida de Minas Gerais, em 2015. Embora tenha sido anunciada com 22 shows, ao fim foram realizados 25 shows, sendo destes 24 marcados pelo boca a boca, no Facebook (LUPE, 2015). As cidades pelas quais a turnê passou, às vezes com mais de um show em um mesmo local, foram Belo Horizonte (MG), Campinas (SP), Santo André (SP), São Paulo (SP), Votorantim (SP), Florianópolis (SC), Joinville (SC), Curitiba (PR), Sabará (MG), Uberlândia (MG),

Goiânia (GO), Brasília (DF), Campos dos Goytacazes (RJ), Volta Redonda (RJ), Rio de Janeiro (RJ), Nova Iguaçu (RJ), Recife (PE), Santa Cruz do Capibaribe (PE), João Pessoa (PB), Natal (RN), Mossoró (RN), Fortaleza (CE) e Maceió (AL). A ideia da turnê surgiu, contam eles em publicação em seu site oficial, graças à crença de “que é possível continuar e crescer sem se adequar”, um lema nada inusitado para uma banda de rock experimental, que ao fim da turnê de três meses, conseguiu lucrar R\$ 4.069, de acordo com a prestação de contas (LUPE, 2015) publicada em seu site, junto a uma espécie de manual do que fazer durante uma turnê independente, que reproduzimos abaixo:

1 - A banda que for sair pra fazer uma turnê pelo país precisa de um carro próprio. Não precisa de ser um carro grande, pode ser um carro pequeno. Não precisa de ser um carro novo, pode ser um carro velho. Tivemos uma sorte tremenda de termos arrumado um carro velho [...] e foi isso que resultou no sucesso da turnê.

2 - Músico independente é pobre, não é rockstar nem nada assim. Não temos origem pobre demais. Nossas famílias podem nos ajudar sim, mesmo que seja com pouco. Mas no meio da turnê não fomos ajudados de forma alguma por eles. O dinheiro que fomos ganhando foi suficiente pra nos alimentar e até para algumas *extravaganzas* do percurso. A banda não pode sair gastando, bebendo todo dia, comendo fora todo dia, etc (com algumas exceções porque todo mundo é filho de deus).

3 - Viaje com pouco peso e com pouca bagagem. O básico que a gente dividiu pela gente era 5 blusas, 5 cuecas, 5 pares de meia, 1 par de tênis, 1 short e 1 calça pra cada um. Sem toalha, sem barbeador. Leve só as coisas básicas. As pessoas são gente boa o suficiente pra te emprestar uma toalha por um dia. Mesmo que seja pra banda inteira. Isso é o necessário pra turnê inteira, no meio das semanas você lava as roupas e economiza no que for usando e lavando. Outra coisa MISTER é não ter hard case de nada. Hard case não cabe em carro velho ou econômico, e é um saco de ficar carregando de um lado pro outro. É até legal você fazer um set mais enxuto de pedais também, se for o caso - os nossos a gente colocou um limite de caberem numa bolsinha de jogador de futebol de final de semana.

4 - Trate bem todo mundo, seja educado com produtores, técnicos de som, outras bandas e PRINCIPALMENTE quem te hospeda. Até quando as coisas parecem estar indo por água abaixo, não se desespere. Sua vida é linda. Você é muito sortudo de poder conhecer o Brasil inteiro com seus amigos e ainda tá ganhando dinheiro com isso (mesmo que seja pouco, pelo menos você não tá gastando nada do seu bolso).

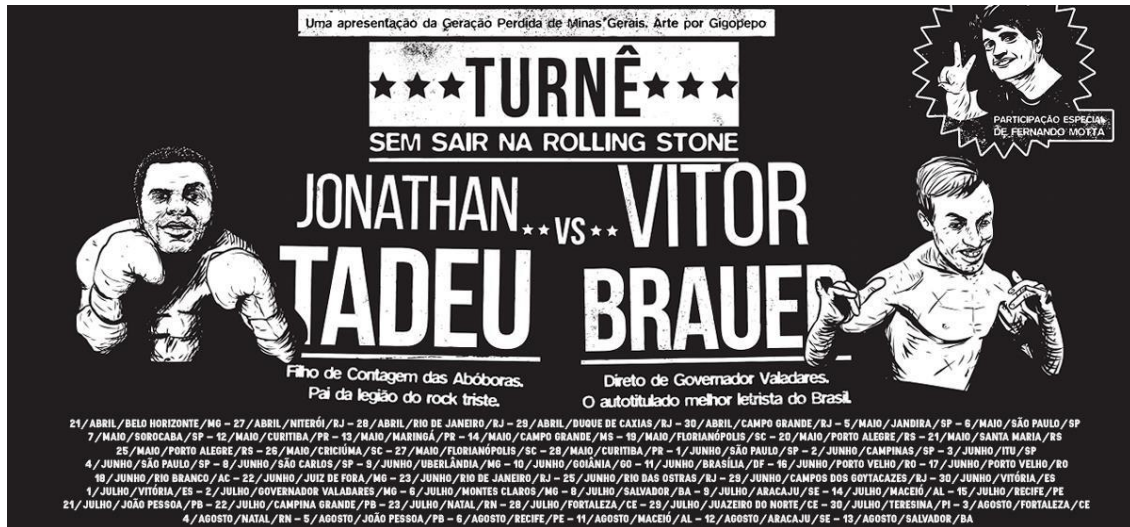
5 - Utilize das suas limitações de forma criativa. Grave coisas no caminho, faça shows ruins ou com menos equipamento do que você devia. Não se leve a sério demais. O show com apenas 4 cordas na guitarra, sem volume no microfone ou sem um bumbo de bateria pode dizer mais sobre você e sua

banda (pra você mesmo) do que você imagina. Não é o teto que nos define, é o chão. Aproveite e tire experiências de tudo isso. Viver é bonito demais.

6 - Combine como vai ser o pagamento dos shows com antecedência e tente ser justo com os produtores e as outras bandas. Em alguns lugares você vai precisar de mais dinheiro, outros não. Seja honesto e fale a verdade com todo mundo. Fale do que você precisa e do que você não precisa. Tá todo mundo querendo ver a sua banda e te dar um dinheiro. (LUPE, 2015)

O que a turnê *Sem Sair na Rolling Stone* simboliza é o início da ideia de que a cena independente não precisa mais de grandes investimentos, como a própria Lupe de Lupe (2015) conta, na publicação que anuncia a turnê, “é possível fazer uma turnê lucrativa em solo brasileiro sem apoios de nenhum selo, produtor, grande público, organização, lei de incentivo, *crowdfunding*, apresentações em teatros ou grandes festivais.”, prova disso é que o projeto da turnê teve, até agora, sete edições, nem sempre com a banda completa, mas em todas as vezes planejada com apoio de fãs e amigos conectados por meio das redes sociais. A mais bem sucedida de todas as empreitadas foi a turnê realizada em 2017, que contou com 54 shows marcados pelo Facebook, passando por 20 estados em todas as regiões do país (LUPE, 2017), estas apresentações contaram com o formato de *power trio*, com bateria, duas guitarras e três vozes: Jonathan Tadeu, Vitor Brauer e Fernando Motta. Desta vez, a turnê contou com merchandising exclusivo e limitado com as artes criadas para a série de shows, o que segundo eles, ajudou a render o lucro de 10 mil reais (LUPE, 2017).

Figura 1 - Cartaz de anúncio da turnê Sem sair na Rolling Stone mais bem sucedida



Fonte: LUPE, 2017.

Fazer parte de uma gravadora, chegar ao grande público e tocar no Domingão do Faustão já não fazia mais parte do sonho de um artista independente. Viajar pelo país e espalhar sua arte era um objetivo muito mais palpável e que agora estava sendo realizado por meio de uma forte rede. Na cena independente da década de 2010 o trabalho coletivo era o que incentivava bandas a seguir em frente, nem sempre dependendo de selos, mas ligado a uma rede de pessoas espalhadas pelo Brasil que amam música e não se satisfazem mais com o papel de consumidores passivos. Na mesma época, o financiamento coletivo, ou *crowdfunding*, começa a aparecer com mais frequência entre as atividades realizadas pelas bandas e artistas independentes. Embora a popularização da internet e do acesso ao computador tenham facilitado a vida dos músicos, alguns ainda preferiam terceirizar serviços como mixagem, masterização, assessoria de imprensa e produção de merchandising, como camisetas e discos físicos. É nesta época que a filosofia do empreendedorismo entra na cena da música independente, quando bandas começam a se enxergar como empresas e sua música como produtos a serem consumidos (DE MARCHI; OURIQUE, 2021, p. 16). Assim, o financiamento coletivo surge como ferramenta para que fãs se tornem investidores das bandas que são fãs, recebendo em troca uma série de recompensas já designadas previamente durante as campanhas para financiar discos, turnês, clipes e muito mais. No caso da banda Lyria, de metal sinfônico, em duas ocasiões eles resolveram investir no *crowdfunding* para financiar seus dois discos de estúdio: em 2014, que resultou no trabalho de estreia, *Catharsis*, que alcançou a marca de 8 mil dólares; e em 2018, para o álbum *Immersion*, arrecadando 13 mil dólares (DE MARCHI; OURIQUE, 2021, p. 4). As recompensas para ambas as campanhas

iam de atividades comuns, como ter o nome em uma lista pública de agradecimentos e receber um e-mail com uma fotografia autografada pela banda, até mesmo escolher um membro da banda para conversar online por 20 minutos, um jantar com toda a banda ou escolher um assunto para que a banda compusesse uma música sobre. A ideia era fazer com que o fã se sentisse especial ao ajudar a banda a realizar o seu sonho, estratégia que funciona até hoje, com a banda sendo mantida durante a pandemia por meio de apoio dos fãs via plataforma *Patreon*, com investimentos mensais que iniciam em 5 dólares e chegam até 100 dólares (DE MARCHI; OURIQUE, 2021, p. 19). Ainda que não fossem tão populares quanto foram na década anterior, os selos independentes continuaram em franca expansão, assinando grandes artistas, como foi o caso de Gal Costa assinando com a Biscoito Fino, em 2017; lançando festivais, como acontece com a Balaclava Records; programas de tv, como foi com o *midsummer madness* e o programa *Udigrudi*, que exibia clipes musicais de bandas independentes no canal de tv por assinatura, PlayTV; entre outras iniciativas. Nesta década, as gravadoras deixam de ser o lugar para onde bandas e artistas independentes vão após a fase de triagem pelo selo independente, e quem começa a fazer essa curadoria são os próprios selos, que trabalham com bandas “mais ou menos prontas e aprimoram” (CHIOCARELLO, 2019).

Antes o cara só precisava fazer um som maneiro e tocar nos lugares certos para eventualmente algum produtor ou empresário levar ele para uma gravadora e dar o start na carreira. Eram o empresário e a gravadora que injetavam a grana no artista, construíram a sua imagem e faziam todo o trabalho do zero. Hoje, na maioria das vezes, principalmente no underground, o artista precisa mostrar que já tem algum valor, que já possui um determinado número de seguidores nas redes sociais, que já abriu para banda gringa, já fez shows fora da sua cidade ou estado, e daí em diante, para assim conseguir captar o interesse de algum selo. Ou seja, esse trabalho e investimento iniciais, que antes eram conduzidos por um empresário ou gravadora, foram totalmente transferidos para a responsabilidade do artista. (CHIOCARELLO, 2019)

Na fase mais recente, no fim da década de 2010, os selos independentes começam a se segmentar em determinadas áreas do mercado: o *midsummer madness*, distribui, divulga e promove bandas de shoegaze, dream pop, pós-punk e afins; a Balaclava Records foca em trabalhar shows; a Deck se concentrou em tornar-se mais uma gravadora do que um selo, com orientação para o mercado; o Sinewave foca no trabalho online, divulgando a banda; enquanto a PWR Records tem uma curadoria segmentada para artistas e bandas de pessoas que se identificam como mulheres e não-binários. Na série de entrevistas realizadas por Rafael Chiocarello (2019) e publicadas no blog Hits Perdidos, Elson Barbosa, diretor do selo Sinewave, compara o trabalho de curadoria do selo ao do jornalismo: “primordial e altamente subestimado”. A partir desta época o trabalho dos selos independentes, devido ao aumento de

bandas que começam a circular na cena indie, é o de selecionar o que pode funcionar como produto musical. Assim, cada selo tem a sua própria “cara”, de forma que é possível saber de antemão se determinada banda será interessante para o seu gosto pessoal, de acordo com o *casting* de cada selo. A segmentação é a palavra-chave desta nova fase dos selos, que destacamos abaixo:

**Abraxas Records:** De São Paulo, antes de ser selo, era uma produtora de shows formada em 2013, por Felipe Toscano. Trabalha com bandas do rock psicodélico, do doom, do stoner e do rock progressivo nacional, definidos segundo a própria como *rock torto*. Continuam a atuar como produtora, trazendo artistas internacionais para tocar no Brasil e vice-versa, e como selo, desde 2017, executam a parte da distribuição e marketing digital.

**Alcalina Records:** Selo digital e produtora cultural de São Paulo, a Alcalina Records existe desde 2017. Atua na distribuição, assessoria de imprensa e booking de artistas que vão da música acústica e do pop ao rock alternativo e psicodélico. Entre os artistas do catálogo estão nomes da psicodelia, como Antiprisma e Fluhe, e da nova MPB com influência tropicalista, como Ananda Jacques e Espelhos de Okê.

**Balaclava Records:** Fundada em 2012, em São Paulo, por Fernando Dotta e Rafael Farah. Já lançaram trabalhos de artistas como Ombu, Odradek, gorduratrans, Terno Rei, AIYÉ, Holger, Supercordas, atuando na distribuição digital, produção de shows e assessoria de imprensa. Como produtora de shows, já trouxeram para o Brasil nomes como Mac DeMarco, Slowdive, Yuck, entre outros. Também possui a Revista Balaclava, publicada em formato físico semestralmente, disponibilizada para assinantes, e que publica alguns conteúdos online. Trabalha com artistas do rock alternativo, rock instrumental, experimental e shoegaze.

**Bolachão Discos:** De São Paulo, criado em 2018, por Leandro Pexe, funciona como um selo voltado para relançamentos de discos clássicos de artistas nacionais, como Xuxa, Paquitas, Rouge, Pitty e Raimundos.

**Cavaca Records:** De São Paulo, o selo fundado em 2017 por Cainan Willy e Yasmin Kalaf, trabalha com o rock alternativo e a música experimental. Além da distribuição digital, eles buscam colaborar com a assessoria de imprensa, identidade visual e produzir ou auxiliar em shows. No catálogo, artistas da nova safra da música independente, como Felipe Neiva, Astralplane, Meu Nome Não é Portugas, Eliminadorzinho, entre outros.



**Cena Cerrado Brasil:** De Uberlândia (MG), fundado em 2014, por Arthur Rodrigues, o selo começou trabalhando com artistas do cerrado mineiro e com o passar dos anos foi “se dedicando a outros biomas” (CHIOCARELLO, 2019), enquanto também trabalham como produtora de shows. Em seu catálogo, artistas do punk rock até o funk carioca psicodélico, entre eles as bandas Cachalote Fuzz e Oblomov.

**Craic Dealer:** De São Paulo, foi fundado em 2017, por Matheus Krempel, e Rafael Jales e foi lançado sem pretensão de segmentar sua área de trabalho, embora traga bandas do rock em seu catálogo, como o The Bombers (hardcore) e Sick Dogs in Trouble (glam rock).

**Dinamite Records:** O selo trabalha com distribuição digital e física, booking e assessoria de imprensa desde 2013, tendo sido criado por Guilherme Maia, em São Paulo. Atualmente, tem escritórios nas cidades de São Paulo (SP), Florianópolis (SC) e Nova York (EUA). No catálogo, bandas de rock independente que vão do gênero punk, rock alternativo e grunge.

**Efusiva:** Criado em 2015, no Rio de Janeiro, por amigas que se inspiraram no movimento Riot Grrrl e pela cultura feminista interseccional. Busca promover, divulgar e auxiliar na elaboração de projetos artísticos e principalmente produções fonográficas de mulheres no rock. No casting, bandas como HAYZ, In Venus, Charlotte Matou um Cara, entre outras. Também atuam na produção cultural e promovem residência artística na MOTIM 302.

**Freak:** Um estúdio em São Paulo que, em 2016, também virou um selo. Traz no casting grandes nomes como Garotas Suecas e Thunderbird, e prefere trabalhar com um casting restrito, de artistas que já gravam no estúdio há algum tempo, fornecendo serviços como distribuição digital, assessoria de imprensa, produção de eventos e shows. Também atuam como produtora de áudio para cinema e publicidade.

**ForMusic:** Criado em 2016, por Nando Machado (ex-EMI, Universal Music, Sony, BMG), o selo faz parte de uma agência que presta serviços de promoção e marketing para selos e artistas nacionais e internacionais. Atualmente representa no Brasil as gravadoras britânicas Beggars, Domino, PIAS e Cooking Vinyl, e prestar serviços para BMG, Kobalt (EUA), Caroline Records (EUA), Eleven Seven (EUA), Dine Alone (CAN), Ultra Records (EUA), ATO Records (EUA), Head Media, entre outras. Como selo, atua na divulgação de artistas do indie rock, indie pop, indie folk e o indie brasileiro, e traz artistas como Macaco Bong e Felipe Machado (Viper), entre outros, no seu casting atual.

**Honey Bomb Records:** Formado em 2013, o selo do Rio Grande do Sul é responsável pela produção e lançamento de músicas, discos e clipes de artistas independentes do Brasil e do mundo, além da produção de shows. Fundado pelo músico e produtor cultural, Jonas Bender Bustince, percussionista na banda Catavento, o selo virtual traz em seu catálogo bandas de rock psicodélico e shoegaze, entre eles a Catavento, Winter, Bike, My Magical Glowing Lens e Supervão.

**Joint Music:** Criado no Rio de Janeiro, em 2019, por Dudu Kaplan, o selo trabalha com artistas do jazz, do hip hop e da MPB. Podem se envolver na produção e/ou na distribuição das músicas.

**Lança:** Após o fim do selo Howlin Records, em 2019, que conseguiu certo destaque na cena independente nacional, surgiu o Coletivo Lança, em 2021, que além de selo trabalha como produtor artístico, canal de conteúdo no YouTube e pretende iniciar na publicação de livros. O foco é em trabalhos de artistas periféricos, mulheres, pessoas LGBTQIA+ e os gêneros que trabalham passam pelo punk rock, ao rock alternativo e a MPB. O selo possui representações no Rio de Janeiro, em São Paulo e em Minas Gerais.

**Mango Lab:** Do Rio de Janeiro, foi fundada em 2017, por Eduardo Sena. Além da distribuição e divulgação, também atua na produção de eventos e parcerias com marcas, como Redley e Budweiser. No catálogo, artistas como Biltre, Julio Secchin, Mariana Volker, Heavy Baile, entre outros.

**MD Digital:** De São Paulo, o selo surgiu em 2011 e oferece distribuição digital, design gráfico, gerenciamento de website e assessoria digital. Forró, MPB, Samba e Sertanejo são os gêneros que trabalham atualmente.

**Musile Records:** Selo cristão que atua na distribuição digital. Foi fundado em 2013, por Ricardo Carreras, a partir da empresa Aliança – Produção e Distribuição, que atua na parte de distribuição física de CDs, DVDs, livros e bíblias.

**NHL MSC:** Selo da Bahia, criado em 2016, que trabalha com a distribuição e promoção de artistas do lofi e do dream pop. Idealizado por Cairo Melo e Lucas Spanholi, é derivado da NHL Produções, criada em 2009, e que já trabalhava com bandas que fazem parte hoje do selo, como Van der Vous, SOFT PORN, Aurata, entre outras.

**Nightbird Records:** Selo e produtora de shows localizada no Rio Grande do Norte, foi fundada em 2016 por Luan Bates. Trabalham com o rock alternativo, o pop e o hip hop, com bandas do seu estado natal, atuando na distribuição digital, assessoria de imprensa e produção de shows.

**Not Another:** Selo que iniciou, em 2016, com o objetivo de divulgar artistas pernambucanos da música eletrônica, e hoje atua também fora do país. Atua na distribuição, no marketing, no desenvolvimento do artista e na promoção.

**Onça Discos:** Selo e produtora cultural do Paraná, foi fundada em 2016 por Kelvin Souza, Matheus Mantovani e Rodrigo Pinto. De lá para cá já lançaram mais de 40 títulos, entre álbuns, singles e EPs.

**Onda Musical:** Gravadora de São Paulo, fundada em 2019, que também atua como selo independente, cuidando da distribuição, edição e planejamento estratégico. Faz parte do Grupo Live, e atua junto a artistas do universo sertanejo, tendo ganho um Grammy Latino com o projeto “Tempo de Romance”, de Chitãozinho e Xororó, vencedor na categoria “Melhor álbum de música sertaneja”; e também da música comercial, como Toni Garrido, a cantora Isadora e o grupo Sambô.

**PWR Records:** Criado em 2016, em Pernambuco, por Letícia Tomás e Hannah Carvalho, o selo foca em artistas e bandas de mulheres e pessoas não binárias. Pensado para ser um suporte para a artista em todas as áreas, a iniciativa atua desde a produção até a distribuição e divulgação. No catálogo que vai do rock psicodélico ao pop, estão os projetos PAPISA, My Magical Glowing Lens, Mulamba, Lori, Luísa e os Alquimistas, LUMANZIN e Viridiana.

**Risco:** Fundado em São Paulo, em 2013, por Gui Jesus Toledo e Guilherme Giraldi, o selo nasceu como um coletivo de bandas paulistanas, entre elas, O Terno e Luiza Lian. O primeiro projeto do selo foi prensagem de discos em vinil, o que faz com que o selo até hoje se apresente como uma plataforma de “suporte na viabilização fonográfica e difusão do trabalho” (CHIOCARELLO, 2019). Entre os principais nomes do casting estão, além dos já citados, Tim Bernardes, Maria Beraldo, Ana Frango Elétrico, Jonas Sá, Giovani Cidreira, Mustache e os Apaches, Pedro Pastoriz, entre outros.

**Seloki Records:** Criado em 2017, em São Paulo, por Otto Dardenne, o selo atua na distribuição e planejamento para artistas independentes. O diretor do selo, até então, mantinha dois estúdios, Fiaca e Mameloki, na capital paulista, e foi a partir deles que surgiu a vontade de propagar as iniciativas que já aconteciam nos espaços. Entre os artistas lançados estão Mineiros da Lua, Leo Fazio, Eiras e Beiras, entre outros.

**Sinewave:** De São Paulo, é um selo virtual de música fundado em 2008. No catálogo, estão mais de 200 trabalhos lançados para download gratuito de mais de 90 artistas brasileiros, o que torna a Sinewave um dos principais selos independentes do Brasil. Entre os nomes presentes no casting estão as bandas Macaco Bong, Odradek, Kalouv e o cantor e compositor, Cadu Tenório. Sua especialidade se dá em bandas e artistas de rock experimental ou rock instrumental.

**Somatória do Barulho:** Criado em 2010, em São Paulo, é um selo que trabalha com relançamentos em vinil de clássicos da música brasileira e promove artistas iniciantes. No catálogo, Sabotage, Marcelo D2, MV Bill, Toni Tornado, entre outros.

**Zoom Discos:** Criada em 2014, no Paraná, teve início para começar a produzir os discos físicos dos idealizadores do selo. A coisa deu certo e começaram a lançar discos para outras bandas da cena punk e hardcore, as cópias são todas numeradas e as capas são feitas em serigrafia ou gravura manual.

Embora não seja o objetivo desta pesquisa mapear os selos independentes no Brasil de cada década, faço essa exposição para confirmar a transformação na indústria fonográfica que já era prevista em pesquisas anteriores (DE MARCHI, 2016; VICENTE, 2002). Com a expansão dos selos independentes nessa segunda década de 2000 é possível observar algumas mudanças em suas práticas comerciais: (a) não se submetem ao que é tido como tendência no mercado, como alinhar-se às rádios<sup>23</sup> e investir em gêneros musicais mais populares; (b) buscam a profissionalização do modus operandi dos selos, enquanto deixam de trabalhar apenas para divulgar as bandas dos amigos, de forma precária, e pensam na expansão da rede de contatos; (c) graças aos meios de distribuição digital, deixaram de depender das gravadoras para conseguir levar os artistas ao público; (d) com o auxílio das redes sociais, começaram a

---

<sup>23</sup> O alinhamento às rádios pode ser entendido como “jabá”, prática padrão nas rádios desde a década de 70, quando as gravadoras dominavam a programação, e que continua até hoje, quando o agronegócio domina a programação ao investir cerca de 400 mil reais por lançamento musical (MORAIS, 2020)

planejar shows e turnês junto às bandas e aos fãs, criando uma cena que envolve atores de diversos locais. Com essa expansão dos lugares aonde os selos poderiam chegar e as pessoas que poderiam alcançar, não é surpreendente que as barreiras que impediam que mais mulheres participassem da música começassem a serem desfeitas. Ainda que seja somente uma pequena amostra da quantidade de selos que surgiram nas últimas décadas, conseguimos notar o aumento do número de mulheres que se tornaram diretoras de selos independentes. A ocupação de mais mulheres na indústria da música foi só um reflexo da quarta onda feminista que, junto a popularização da internet, amplificou discursos.

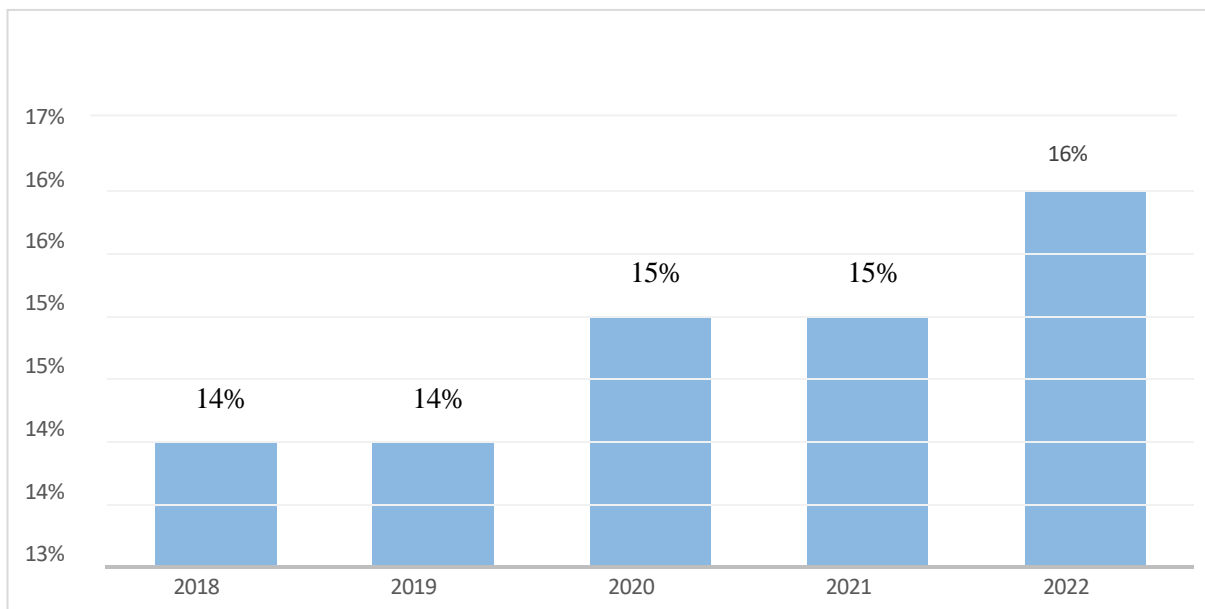
### **2.3 As mulheres na indústria da música**

Não foi fácil escrever esta parte do capítulo. Uma das partes principais deste trabalho é registrar como tem funcionado o mercado da música para mulheres, e como sou parte desta indústria, escrever sobre o que você vive diariamente não foi tão leve quanto me parecia. Crescer nos anos 1990 foi para muitas mulheres - e eu me incluo nesta perspectiva - um chamado para o feminismo desde muito cedo. Nos filmes animados, a Disney me apresentou uma sequência inspiradora: Bela, a leitora compulsiva, vista como estranha na cidadezinha que morava, que se apaixonou pelo seu sequestrador (essa parte é problemática), e foi ela quem o salvou de uma turba de cidadãos raivosos (BEAUTY, 1991); Ariel, a sereia incompreendida, tomou decisões questionáveis, e no fim conseguiu sair de um reino que a oprimia e tornou-se quem queria ser (LITTLE, 1989); Mulan, tornou-se soldado, ainda que fosse proibido, e salvou um reino inteiro ao contar com sua astúcia para defender a China (MULAN, 1998). Na música, as Spice Girls me diziam que era preciso colocar as amigas na frente dos garotos, que eu poderia ser o que eu quisesse porque o mundo era das mulheres (GIRLS, 1997); em casa, ouvíamos muito Rita Lee, e sua própria vivência a tornava um ícone feminista (LEE, 2016). Faço essa introdução para dizer que o feminismo, ou a ideia de que *lugar de mulher é onde ela quiser*, era uma ideia forte já nos anos 90 como parte do mercado de cultura pop e a partir das próximas décadas, o feminismo se tornaria um elemento mercadológico forte, tornando-se bandeira também de selos musicais.

Mesmo assim, é de se assustar quando percebemos que as mulheres ainda são minorias no mercado da música, de acordo com o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição - ECAD (2022, p. 4), com 23 mil compositoras, intérpretes e musicistas do gênero feminino que recebem o pagamento de direitos autorais, o que representa apenas 10% do total de titulares pessoa física. Embora o número seja assustadoramente pequeno, é um avanço em

relação a 2010, quando o número era de apenas 6 mil (ECAD, 2022, p. 6). Ainda na pesquisa do ECAD, no ano anterior, foram distribuídos 901 milhões de reais em direitos autorais (compositores, intérprete, músicos, editores, produtores e associações de música), e desse montante as mulheres foram as que receberam 7% do valor, ou seja, cerca de 40 milhões de reais. Nos contentamos com pouco, no ranking dos 100 autores com maior rendimento, em 2021, apenas 4% eram mulheres; Em 2018, o nosso melhor ano, foram 6% (ECAD, 2022, p. 5). Com um crescimento ainda tímido entre os faturamentos na indústria da música, as mulheres acompanham a emergência do assunto também na pesquisa de estudos de música e gênero no Brasil. Social e culturalmente, na América Latina e no Brasil as mulheres trazem um histórico de exclusão em atividades de destaque, influenciando em um estado de extrema desigualdade em relação aos homens. A situação se agrava ainda mais quando analisamos a presença de mulheres negras e LGBTQ+ dentro de determinados territórios culturais (ZERBINATTI; NOGUEIRA; PEDRO, 2018, p. 4), que embora tenham crescido as iniciativas que visam aumentar a participação de mulheres negras, a falta de representatividade é latente.

Gráfico 1 - Total de mulheres registradas na UBC entre os anos de 2018 e 2022



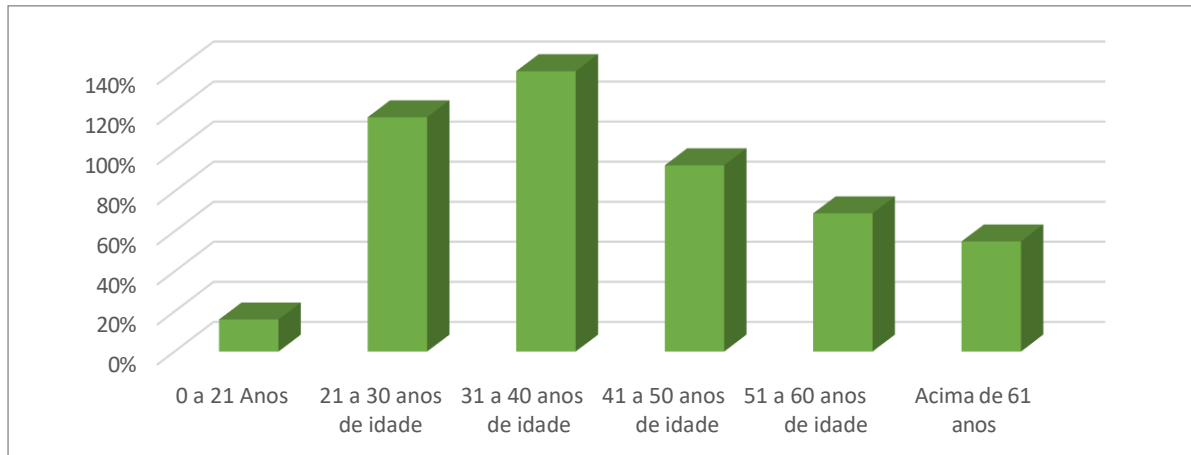
Fonte: Elaborado pela autora (2022) com dados baseados nos relatórios Por elas que fazem a música, da UBC, entre os anos de 2018 e 2022.

Ainda que os números sejam pequenos, não dá para negar que existe um aumento da quantidade de mulheres na música, pelo menos as que estão registradas na UBC (Gráfico 2), ou seja, aquelas que produzem música autoral e tem a ambição de viver disso. É importante

considerar que a emergência da quarta onda feminista, já tratada anteriormente, trouxe uma série de manifestações que incentivaram o aumento de mulheres na música e também na pesquisa: sanção da Lei Maria da Penha (2006) e Lei do Feminicídio (2015); eleição e reeleição da presidenta Dilma Rousseff (2010 e 2014); manifestações de mulheres com grande cobertura da mídia, tais como Marcha das Mulheres, #8M – Greve Internacional de Mulheres, Marcha das Margaridas, Primavera das Mulheres; campanhas feministas com engajamento pela internet, como #MeuPrimeiroAssédio (2015), #MeuAmigoSecreto (2015), #AgoraÉQueSãoElas (anual), #NenhumaAMenos (anual), entre outras. Estas atitudes de cunho político resultaram em iniciativas na música, como festivais, eventos, coletâneas e selos musicais, como a Efusiva e a PWR Records, ambas iniciativas independentes lideradas por mulheres em todas as funções.

A indústria da música não é um lugar confortável para mulheres. Em relatório da ABMI (2022), o mercado brasileiro de música gravada (o que inclui selos independentes e gravadoras *majors*) conta com uma predominância masculina em todas as funções, chegando a 58,5% contra 40,7% de mulheres e 0,7% de pessoas não-binárias. Conforme as mulheres envelhecem, permanecer num ambiente insólito como a indústria da música se torna mais difícil. Nos últimos cinco anos, a UBC vem publicando o relatório *Por elas que fazem a música*, com dados baseados nas profissionais mulheres que participam da UBC, ou seja, abrangem as funções de autoras, versionistas, intérpretes, musicistas e produtoras fonográficas. No gráfico 3, que reúne a média de dados disponibilizados nos relatórios entre os anos de 2018 e 2022, podemos observar que a faixa etária que compreende os 31 e 40 anos de idade é a que possui mais mulheres ativas na indústria da música: entre 22 e 29%.

Gráfico 2 - Faixa etária das mulheres na música registradas na UBC



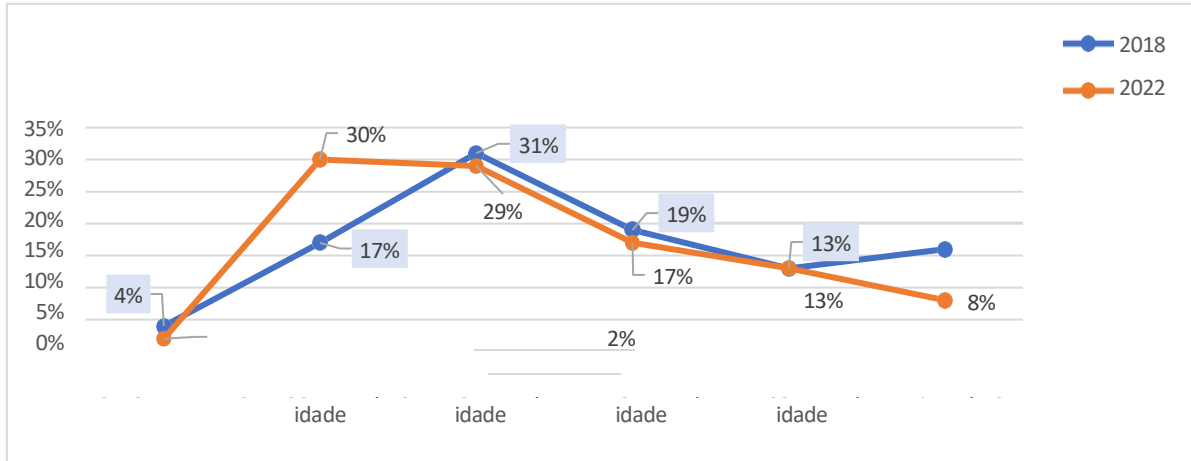
Fonte: Elaborado pela autora (2022) com dados baseados nos relatórios Por elas que fazem a música, da UBC, entre os anos de 2018 e 2022.

Já no Gráfico 4, logo abaixo, podemos observar que, esse percentual, sofre uma alteração se compararmos o ano inicial da pesquisa, em 2018, e os resultados mais atuais, em 2022: o ápice da carreira da mulher na música tornou-se entre os 21 aos 30 anos, com a queda iniciada a partir dos 31 a 40 anos. Acreditamos que esses resultados sejam um reflexo da pandemia de Covid-19, que levou 50% dos profissionais da música a perderem completamente seus ganhos com música (UBC, 2022). E há também o fator de que, cerca de 23,2% das mulheres que trabalham na música (DATASIM, 2019, p. 22) mantém três trabalhos simultâneos, embora seja a música a principal fonte de renda. Infelizmente, a subjetividade feminina ainda é construída a partir de papéis de gênero, em que cabe a mulher desligar-se dos seus desejos para cuidar dos filhos (BLAY, 2001, p. 86), sendo assim, é possível afirmar que, com a vinda dos filhos, algumas trabalhadoras sentem a necessidade de trocar a carreira na música por um outro caminho. Ainda, de acordo com estudo do SEBRAE (2022), 49% das mulheres que se intitulam como empreendedoras são chefes de família, enquanto lidam com a jornada tripla, porque trabalham até 21,4 horas semanais aos cuidados de pessoas e afazeres domésticos, contra 11 horas dos homens, de acordo com dados do IBGE em relação às mulheres com filhos e homens de até três anos (CABRAL, 2021). Como se o fator financeiro não fosse o suficiente para desincentivar a carreira das mulheres na música, existe machismo institucionalizado, como nos mostra a pesquisa DATASIM (2019, p. 50), em que o viés de gênero é fortemente disseminado dentre as trabalhadoras da música: 84% das entrevistadas relataram ser discriminadas por ser mulher; 63% dizem ter sido afetadas pelo preconceito de gênero; Cerca de 21% não se sentem confortáveis no ambiente de trabalho; e quase 30% não se sentem confortáveis e



apoiadas no local de trabalho por serem mulheres.

Gráfico 3 - Comparativo entre os anos de 2018 e 2022 de mulheres registradas na UBC



Fonte: Elaborado pela autora (2022) com dados baseados nos relatórios *Por elas que fazem a música*, da UBC, dos anos de 2018 e de 2022.

Ao analisar estes dados é possível notar que quando as mulheres estão no seu ápice, não chegam nem à metade da presença que homens possuem na música; É como se já tivéssemos introjetado a ideia de que a música feita por nós não é “importante o suficiente” (KOSKOFF, 2014, p. 43). E, com o passar dos anos, esse número começa a decair até chegar à média de 8% de mulheres acima de 61 anos que estão atuando na música. O clássico artigo *Por que não houve grandes artistas mulheres?* (NOCHLIN, 2016) questiona os preconceitos entre a arte produzida por mulheres, encontrando na invisibilidade destas uma consequência direta da posição hierárquica que este gênero ocupa em sociedades patriarcais guiadas pelo binarismo.

Por trás da maioria das mais sofisticadas pesquisas sobre grandes artistas, mais especificamente a monografia de história da arte que aceita a ideia do grande artista em primeiro plano e as estruturas sociais e institucionais nas quais ele tenha vivido e trabalhado como meras influências secundárias ou apenas pano de fundo, se esconde a ideia do gênio que possui, em si, todas as condições para o êxito próprio. Partindo desse princípio, a falta de êxito das mulheres pode ser formulada como silogismo: se as mulheres possuíssem talento para arte este se revelaria espontaneamente. Mas este talento nunca se revelou. Portanto, chegamos à conclusão de que as mulheres não possuem talento para a arte. Se Giotto, o pastorzinho desconhecido, e Van Gogh, com sua debilitada saúde, encontraram sua forma de fazer arte, por que não as mulheres? (NOCHLIN, 2016, p. 19)

Somos frutos da sociedade em que vivemos e agora, em 2022, somos café com leite. Embora tenhamos, aos poucos, nos tornado mais café do que leite – em referência a metáfora

apresentada no primeiro capítulo desta dissertação. A antropóloga Ellen Koskoff, uma das pioneiras no estudo de gênero na música, conta na coletânea de artigos “Uma etnomusicologia feminista: escritas sobre música e gênero”<sup>24</sup> (2016) sobre quatro estudos de campo que foram em busca da importância da construção cultural para o estudo da música, sem levar em conta o gênero: Gourlay (1970), sobre o simbolismo sexual de instrumentos musicais na Papua Nova Guiné; Sakata (1976) na conexão entre gênero e prática musical no Afeganistão; McLeod e Herndon (1975), na música folk criada por mulheres, em Malta; e Won Lee (1979), na tradição coreana de cortesãs. Estes autores, segundo observa Koskoff (2014, p. 26), sugerem que a sociedade regula determinadas atitudes de acordo com cada gênero (a); e que, tanto homens quanto mulheres que se recusam a viver sob estas regras (religiosos, prostitutas, bruxas, parteiras, lésbicas...) são premiados com uma liberdade musical que não é permitida às mulheres que vivem de acordo com o que se espera do seu papel. A conclusão que a autora chega é de que não existe, pelo menos nas sociedades conhecidas, uma cultura em que homens e mulheres tenham igual acesso às experiências e oportunidades musicais e acrescenta que restrições baseadas em gênero existem em todos os lugares, e na maioria das vezes são direcionadas para mulheres, desde garotos que são desmotivados a tocar uma harpa, até mulheres que são ameaçadas com um estupro coletivo por ver homens tocando flautas sagradas<sup>25</sup> (KOSKOFF, 2014, p. 31). O estudo de Won Lee, mencionado por Koskoff (2014, p. 34), identifica que, na sociedade coreana, às cortesãs mais jovens (e na maioria das vezes solteira) era permitido trazer em sua performance certa dose de sexualidade, enquanto às mulheres mais velhas (que ultrapassaram a idade de engravidar) era reservado o direito de esconder a sua sexualidade, o que acarretava a falta de interesse por parte das mulheres na prática musical.

Koskoff avalia que, na maioria das sociedades conhecidas, a identidade feminina é interligada a sua sexualidade, portanto, sua atividade musical também é afetada por essa noção. A partir desta análise, ela define três maneiras importantes pelas quais a performance musical das mulheres são definidas por sua sexualidade: (a) o local onde a performance acontece pode fornecer um contexto para o comportamento sexualmente explícito, de forma que a performance musical se torna uma metáfora para relações sexuais; (b) a perda real ou percebida da sexualidade pode mudar o papel ou o status musical das mulheres; (c) as

---

<sup>24</sup> O título original em inglês é “A feminist ethnomusicology: writings on music and gender”.

<sup>24</sup> <sup>25</sup> A situação violenta é mencionada no artigo “Myth and Ritual of the Kalapalo of Central Brazil” (BASSO, 1987, p.163-176), encontrado na coletânea de artigos, organizados por Koskoff, “Women and Music in Cross-cultural Perspective”.

crenças culturais na sexualidade feminina podem acarretar em restrições impostas às atividades musicais femininas (KOSKOFF, 2014, p. 37). De acordo com os estudos de Koskoff (2014, p. 130), restringir o espaço de circulação das mulheres, e o uso de instrumentos musicais, fazem parte de uma estrutura social e de gênero que enxerga as esferas pública e doméstica como totalmente separadas. Nestes locais, a hierarquização entre gêneros dá base para perceber a performance musical feminina ligada ao potencial sexual das mulheres, seja como esposa ou como cortesã, restringindo o acesso às práticas musicais, afinal as mulheres são encaradas apenas como objetos; Já em sociedade que estas áreas são relativamente fundidas, existe um grau maior de valorização das performances artísticas das mulheres, além de concedê-las maior poder econômico e político, favorecendo a liberdade sexual e de gênero.

O que parece ser central para todas as descrições apresentadas até agora é a noção de que instrumentos musicais são geralmente ligados às ideologias de gênero, por mais construídas e mantidas culturalmente. Tais ideologias fundamentam e prescrevem quem pode e quem não pode tocar e em que circunstâncias as apresentações ocorrerão. Assim, por um lado, verifica-se que os instrumentos e sons associados aos homens e à masculinidade (qualquer que seja a sua definição) estão frequentemente ligados ao poder econômico, ritual e sexual. Tais instrumentos são frequentemente usados por homens para limitar, controlar ou coagir as mulheres (ou para intensificar sua própria sexualidade, como nas apresentações de rock). Para os homens, essa constelação de música e poder pode assumir uma forma extrema, como a descrita acima, ou a forma de simples falta de acesso, como quando uma jovem, por exemplo, é desencorajada a tocar trombone ou bateria. As mulheres que protestam contra seus papéis socialmente aceitos e se apresentam, especialmente em instrumentos musicais masculinos, correm o risco de serem punidas e condenadas ao ostracismo social ou, inversamente, podem ser elevadas ao status de ícone feminista. Instrumentos, seus sons e contextos de execução associados às mulheres tendem a ser desvalorizados em muitas sociedades, muitas vezes vistos como amadores ou associados a crianças. Estes estão mais frequentemente ligados ao status social e sexual marginal das mulheres, e as apresentações de homens nesses instrumentos podem resultar em punições sociais semelhantes às das mulheres. (KOSKOFF, 2014, p. 129)

As diferenças sociais entre os gêneros dentro da música, analisadas por Koskoff, se tornam aparentes quando nos deparamos com os dados de que dos 901 milhões de reais em direitos autorais distribuídos pelo Ecad (2022, p. 4), apenas 7% desse valor foram para mulheres, que atuam nas seguintes funções: autoras (66%), intérpretes (29%) e musicistas/produtoras/editoras (5%). A falta de representatividade das mulheres na indústria da música provoca uma espécie de silenciamento, quando a música produzida por mulheres é imediatamente rotulada como rock de mulher, rock feminino, rock feminista ou, ainda, rock de calcinha. Fadadas a serem deusas, loucas ou feiticeiras, a alegoria imaginativa de que mulheres têm obrigação de agir de determinada forma, também gera frutos na música,

principalmente no rock, onde mulheres são namoradas, *groupies*<sup>26</sup> ou cantoras. O gênero musical rock parece não ter lugar para as mulheres.

Ao distinguir a música feminina da música masculina ou gay, não se impõe uma categoria secundária ao que nos leva novamente a segregar a música feita por mulheres? Não passa esta a ser considerada como música ‘outra’, diferente da música ‘normal’, perpetuando-se uma vez mais a ‘normalidade’ como ‘masculinidade’. (BECKER, 2011, p. 51)

Esta recorrente divisão entre os gêneros dentro da música reforça a ideia da hierarquização do que é música de homens e música de mulheres, sendo que a segunda é sempre tachada de emotiva, dramática, louca e exagerada, já a primeira é frequentemente elogiada por trazer “letras sensíveis”, “performances poderosas” e “presenças potentes”.

Já no século XIX podemos encontrar caso de mulheres que assumem posturas diferentes do que é esperado do seu papel de gênero, como foi na trajetória de Chiquinha Gonzaga, que em uma época que mulheres aprendiam instrumentos somente como objeto de status social, ela decidiu seguir sua vida como compositora e pianista, alinhando posicionamento político e música (FUSCALDO, 2020, p. 16). A pianista mestiça no início teve apoio dos abolicionistas e dos republicanos, embora fosse rechaçada por sua reputação: ousou se separar e viver com um outro homem, além de abrir mão dos filhos. Chiquinha também foi responsável pela criação da primeira sociedade arrecadadora de direitos autorais, em 1917, a Sociedade Brasileira de Autores e Artistas de Teatro, que permitiu que mulheres e homens recebessem por suas criações artísticas (FUSCALDO, 2020, p. 16).

Na década de 1950, Celly Campello era tida como a primeira representante feminina do rock, atuando como um dos símbolos de uma geração que se encantava pelo rock, chegando a ter seu próprio programa na tv para divulgar o gênero musical, participou em comerciais e lançou uma boneca com o seu nome (GARSON, 2010). Já na década de 1960, a cantora, compositora e guitarrista Rita Lee já era uma forte presença no rock do país quando era vocalista e guitarrista na banda Os Mutantes, posteriormente, em sua carreira solo, tornou-se um ícone feminista, enfrentando uma prisão enquanto grávida, durante a ditadura militar (LEE, 2016, p. 164) e escrevendo músicas populares que falavam sobre o desejo da mulher, sobre a busca do prazer (CUNHA, 2021, p. 9). Sobre sua estreia na carreira solo, Rita Lee conta em sua autobiografia: “O clube do Bolinha afirmava que para fazer rock ‘precisava ter

---

<sup>26</sup> O termo *groupie* é utilizado para descrever garotas que seguem estrelas do pop ou membros de bandas de rock. Na maioria das vezes, em busca de relações pessoais ou sexo.

culhão’, eu queria provar a mim mesma que rock também se fazia com útero, ovários e sem sotaque feminista clichê.” (LEE, 2016, p. 137).

Combater o machismo na sociedade por meio da música foi o que levou a criação, na década de 1990, do movimento Riot Grrrl (LEONARD, 2007; BECKER, 2011; HOPPER, 2015; HILL, 2016), liderado nos Estados Unidos por bandas como L7, Bikini Kill e Bratmobile. Cansadas de serem subjugadas, elas tomam os instrumentos e criam sua própria mídia, criando os fanzines seguindo o lema do faça você mesmo. Neste espírito elas aprenderam a tocar instrumentos, ensinaram umas às outras a tocar e criaram suas bandas (GELAIN *et al*, 2017, p. 4). Com o objetivo de promover a participação feminina na música, elas publicaram fanzines, organizaram festivais e tornaram-se responsáveis pela parte técnica, ocupando o que lhes era negado.

Nestas publicações se questionava o machismo inerente à música, criticando abertamente suas práticas discriminatórias. E é por isso que tocar se transformou em um ato político, no qual o mais importante era ousar. Festivais, fanzines, oficinas de instrumentos entre mulheres e uma série de encontros culturais, puseram sobre a mesa um discurso feminista e gay com uma perspectiva crítica. Incluíram os homens em suas bandas e acabaram com o feminismo separatista oitentista, dando passo ao pós-feminismo. (BECKER, 2011, p. 56)

Embora tenha se originado na cena independente, indo contra as bandas do punk e do hardcore que na época já estavam em grandes gravadoras tornando-se o que costuma-se chamar de “vendidos”, o Riot Grrrl tornou-se ainda mais popular quando saiu na capa da revista estadunidense *Newsweek*, que apresentava a história de uma adolescente, Jessica Hopper, de 16 anos, que reagiu contra o assédio que sofria por colegas em sala de aula, após conhecer as bandas feministas, que a ensinaram a importância de se impor e de defender as suas amigas. A revista definia o movimento como:

a nova voz feminista da geração do vídeo, não tanto inflamada pelos problemas econômicos quanto pelos sociais – incesto, abuso infantil, aborto, desordem alimentar, assédio. Reunindo ideias descontroladamente misturadas da Madonna, da revista *Sassy* e de críticas feministas como Susan Faludi e Naomi Wolf, elas se propuseram a tornar o mundo seguro pra sua existência. [...] O credo do Riot Grrrl diz: ‘nós estamos com raiva numa sociedade que nos diz que Garota = Tola, Garota = Ruim, Garota = Fraca... Nós podemos e vamos mudar o mundo de verdade’. Elas podem ser a primeira geração de feministas a identificar sua raiva tão cedo e a usá-la. (NEWSWEEK, 1992)

A canção *Rebel Girl* tornou-se um hino para este movimento: “Aquela garota pensa que ela é a rainha da vizinhança. Eu vou te dar uma notícia: ela é! Todo mundo diz que ela é uma sapatão, mas eu sei ela é minha melhor amiga, sim. Garota rebelde, garota rebelde, você é a rainha do meu mundo” (HANNA *et al*, 1993). Esta ideia de que mulheres no rock eram

raivosas pode ter se originado durante este movimento social e musical, que foi criado por mulheres da música e feministas que queriam levar para os palcos do punk os ideais feministas, enquanto protestavam contra a violência imposta às mulheres. A vocalista do Bikini Kill, Kathleen Hanna, ficou marcada pelos pedidos durante os shows de “garotas para a frente” (*tradução nossa*<sup>27</sup>), a fim de proteger as fãs do *mosh*<sup>28</sup> que é criado na frente do palco e afasta, frequentemente, as mulheres das chamadas grades do show. A práxis do movimento Riot Grrrl unia a atitude punk do faça você mesmo, que ia contra o capitalismo neoliberal, a um novo feminismo afirmado pelo grito *girl power*, que embora não possua definição conceitual conhecida, tem proximidade com a noção de empoderamento feminino (LUCCHESI, 2016, p. 61). O movimento Rio Grrrl procurou, por meio da música, normalizar a raiva feminina enquanto levantavam pautas feministas como o direito ao aborto, e buscavam levantar a conscientização sobre anorexia, bulimia, assédio e abuso sexual, entre outros. Elas boicotavam as gravadoras *majors*, tinham sua própria mídia – os fanzines – e eram criticadas pela grande mídia que escrevia matérias acusando-as de ser *feias*, misândricas e caricaturas de mulheres, além de defini-las como “malvadas, loucas e desafiadoramente alternativas” (YARROW, 2018, p. 128), então elas também começaram a boicotar os grandes veículos. Embora não fossem feitas à grande mídia, o ódio feminino, a ousadia de tomar lugares que não eram originalmente seus, foi engarrafado, pronto e tabelado e, assim, o *girl power* tomou conta de diversas produções voltadas para as jovens, de Spice Girls, à animações Disney, de repente, ser mulher era uma coisa boa [e lucrativa] (YARROW, 2018, p. 129). A questão de reforçar o empoderamento na cultura pop foi que este tipo de comportamento acarretou no reforço de uma importância individual feminina ligada à meritocracia, desmerecendo pautas relacionadas à raça e à sexualidade. A autora Ellen Riordan (2001, p. 282) analisa que o empoderamento feminino disseminado pela mídia contribuiu para rearticular a dominação patriarcal e os valores capitalistas, enquanto não causou mudança nas relações de poder. Uma forma de romper com o machismo cultural seria pelo caminho da agência, oriunda do Marxismo, que teoriza uma revolução ocorrida por meio de uma mudança nas estruturas de poder, em que atores individuais agem coletivamente para assegurar liberdade para todas as pessoas.

<sup>27</sup>O lema no original é: *girls to the front*

<sup>28</sup>O *moshing* é uma dança em círculo, similar às cirandas folk, mas são centradas em apenas um círculo, chamado *pit*, espaço localizado em frente ao palco, a fim de que a performance em grupo possa ser observada pela banda e pelos outros fãs. Seguindo o ritmo da música, em um padrão anti-horário, fãs se esbarram de propósito, utilizando cotovelos e ombros, Weinstein (2000, p. 228) compara essa dança com um “carrinho de bate-bate” que acontece entre aqueles que estão dentro do círculo e com aqueles que estão fora do *pit*.

Frequentemente, nós podemos superestimar o poder da resistência, particularmente quando organizada dentro do capitalismo. Enquanto o Marxismo pode parecer que não há espaço algum para a agência individual, Marx sugere que pessoas fazem história, somente não o fazem nas condições normais. Enquanto estruturas sociais limitam ações e ideias, estas estruturas são mutáveis, e a natureza destas limitações dá espaço para que os sujeitos reproduzam ou transformem-na (RIORDAN, 2001, p. 283)

Se o empoderamento se limita ao individual e não chegamos ao ponto de consciência coletiva como descrito pelo marxismo, como transformar a nossa realidade que continua a limitar as ações das mulheres na sociedade? Da década de 90 para cá, surgiram vários “filhotes” deste empoderamento feminino, indo dos livros de autoajuda às músicas pop que acabam por reforçar esta estrutura individualista, enquanto não alteram os papéis de gênero, na verdade, reforçam os valores patriarcais e capitalistas. Alanis Morissette e Spice Girls foram as crias deste primeiro momento em que o discurso do Riot Grrrl foi comercializado, com letras que exploravam certa liberdade sexual, como em *You Oughta Know*: “Uma versão mais velha de mim, ela é pervertida como eu? Ela te faria um boquete no cinema? Ela fala eloquentemente? E ela teria um filho com você? Tenho certeza de que ela seria uma mãe excelente” (MORISSETE *et al*, 1995); e no caso das Spice Girls, evocavam a amizade feminina como mais importante do que estar com o namorado, em *Wannabe*: “Se você quer ser meu namorado, vai ter que se dar bem com as minhas amigas. Faça com que dure para sempre, a amizade nunca acaba. Se você quer ser meu namorado, você tem que se doar. Receber é muito fácil, mas é assim que funciona” (GIRLS *et al*, 1996). Esta primeira fase traz também letras de superação e autoajuda, direcionando as letras para mulheres que sofreram decepções amorosas. No início da década seguinte, Pink e Avril Lavigne representam as meninas desajustadas, em letras como as canções *Don't Let Me Get Me*, que fala sobre baixa autoestima: “Todo dia eu tenho uma guerra contra o espelho, eu não posso aguentar a pessoa que me encara de volta. Eu sou um perigo pra mim, não quero ser eu mesma. Eu sou a minha pior inimiga. É ruim quando você irrita a si mesma, tão irritante!” (PINK; MARTIN, 2002); E clipes que mostravam Avril Lavigne sendo “um dos caras” andando de skate e tocando guitarra, como em *Complicated*<sup>29</sup>. O discurso de autoaceitação chegou na década seguinte aos jovens LGBTQIA+, por meio de Lady Gaga, atualizado para as chamadas “vítimas de bullying” (LUCCHESI, 2016, p. 63), como na canção *Born This Way*: “Não há nada de errado em amar quem você é, ela dizia: ‘pois Ele te fez perfeita, querida’. Então levante a sua cabeça,

---

<sup>29</sup> O clipe pode ser assistido na playlist no YouTube das músicas mencionadas nesta dissertação: <https://bit.ly/playlistfmi>

garota, e você irá longe, me escute quando eu digo. Eu sou linda do meu jeito, pois Deus não comete erros. Estou no caminho certo, querido, eu nasci assim” (GERMANOTTA; LAURSEN, 2010). Mas nenhuma destas artistas teve o impacto cultural que Beyoncé e sua apresentação no VMA, em 2014, onde projetou a palavra *feminist* no palco, enquanto ouvia-se trechos do discurso *Todos devemos ser feministas*, da escritora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie, originalmente dado em uma palestra no TEDx, em Euston (UK) e que posteriormente virou livro homônimo, que reproduzo abaixo:

Ensinamos garotas que elas não podem ser seres sexuais do jeito que os meninos são. Nós ensinamos garotas a encolher-se, para fazê-las menores. Nós dizemos para as garotas: ‘você pode ter ambição, mas não muita. Você deve ter a ambição de ser bem-sucedida, mas não muito, de outra forma você vai ameaçar o homem’. Feminista: uma pessoa que acredita na igualdade social, política e econômica entre os sexos. (ADICHIE, 2014)

Figura 2 - Trecho da apresentação da Beyoncé no VMA em 2014



Fonte: MTV VMA

A partir desta apresentação de Beyoncé, ser feminista tornou-se um selo de qualidade que todas as popstars desejavam ter. Até então, o termo era tratado pejorativamente pela mídia estadunidense, definidas como “Militantes. Radicais. Odiadoras de homens” (BENNETT, 2014) e após esta performance, as artistas que, até então, desviavam da definição de feministas, como Katy Perry, Taylor Swift e Lady Gaga, começaram a abraçar o termo (LUCCHESI, 2016, p. 65). Do amplo reconhecimento, foi um passo para que o feminismo tornasse um símbolo do neoliberalismo, reduzindo uma luta de décadas para conceitos mercadológicos, levando à



criação do feminismo de mercadoria (GOLDMAN; HEATH; SMITH, 1991), que brinca com o conceito marxista de *fetichismo de mercadoria*, e que não tem relação com as políticas reais do feminismo, ou se importa realmente com ações que vão mudar, de fato, a vida das mulheres. Em resumo, o fetichismo de mercadoria, que aparece dentro da obra *O Capital* (2011), traz o significado oculto que as mercadorias possuem no capitalismo, sendo capazes de desviar o foco da exploração social da mão de obra. Estas mercadorias estão impregnadas do valor de uso (presente em qualquer produto) e valor de troca (sutilezas presentes na mercadoria, de onde sai o verdadeiro lucro dos detentores dos meios de produção). A teoria do feminismo de mercadoria entende que, enquanto o feminismo busca a definição da mulher além de sua feminilidade, a fim de buscar a igualdade entre gêneros e raças, a propaganda corrompeu o feminismo usando de significantes femininos (GOLDMAN; HEATH; SMITH, 1991, p. 337). Desta forma, ter cabelos mais sedosos, era porque você merece (L’Oreal); ter seu corpo real hidratado, era um direito seu como mulher trabalhadora (Dove); E assim, as artistas da música também se tornaram mercadorias, para ser feminista, basta investir em atitudes e produtos que as cantoras usam, seguir as tendências criadas por elas. O “empoderar-se” saiu da ideia do âmbito social e foi para o econômico e profissional, e de atitudes, tornando mulheres versões de homens bem-sucedidos, que eram livres sexualmente – desde que isso não interferisse com a sexualidade masculina, e que continuasse repetindo padrões de heteronormatividade. O machismo seguia sem ser criticado, sem ser questionado, na verdade, é muito bom ser feminista, desde que os homens continuem gostando do que você faz: “Garoto, você sabe que adora como somos espertas o bastante para ganhar milhões, forte o suficiente para lidar com as crianças e depois voltar aos negócios. Veja, é melhor não brincar comigo. Oh, venha aqui querido, espero que você ainda goste de mim, se me odiar.”, dizia o ícone do feminismo, Beyoncé, em *Run The World (Girls)*. O feminismo aceito e disseminado era aquele explorava “os valores e fetiches de uma sexualidade feminina moralmente aceita ou ligeiramente transgressiva, reforçando a conduta das boas moças e das más [...] Trata-se de declarar o ‘poder da buceta’ e de empreender-se, e não de experimentar outros prazeres” (LUCCHESI, 2016, p. 67). Muito além do quão transfóbico pode ser este discurso que celebra um suposto feminismo alinhado a ideia de órgãos genitais, o feminismo liberal, o feminismo de mercadoria, nos limita e nos devora.

O que foi exposto até agora foi esse aumento das mulheres na música a nível estadunidense, pensando no encontro do feminismo com a música a partir dos anos 90 quando esta ligação se tornou mais evidente. Voltando algumas décadas, os efeitos do Riot Grrrl no Brasil, não tiveram o impacto cultural que teve nos Estados Unidos, embora tenha produzido

bandas como TPM, Mercenárias, Bertha Lutz e Bulimia, com a canção que define, em português, o que é a união do feminismo com a música em *Punkrock*:

O que te impede de lutar? O que te impede de falar? Pare de se esconder, você não é pior que ninguém. Punk rock não é só pro seu namorado. [...] Você sempre quis tocar, você quis andar de skate, você que sempre quis quis quis. Você não é um enfeite! [...] Faça o que tiver vontade. Mostre o que você pensa. Tenha a sua personalidade. Não se esconda atrás de um homem. (BULIMIA, 1999)

O impacto cultural do movimento Riot Grrrl no Brasil ainda que menor, influenciou iniciativas como o acampamento Girls Rock Camp, do centro cultural MOTIM, as oficinas de bateria Hi Hat Girls, o curso TREINAM Mulheres e os selos feministas Efusiva e PWR Records. O primeiro Girls Rock Camp Brasil é realizado em Sorocaba (SP), desde 2013, tendo sido pioneiro na América Latina, e é um acampamento parte do Girls Rock Camp Alliance que inclui representações brasileiras em Porto Alegre (RS), Curitiba (PR) e, ao redor do mundo, na Argentina, no Peru, no México, no Paraguai, no Japão, em Moçambique, na Austrália, no Canadá, nos Estados Unidos, em Ilhas Faroé, na Irlanda, na Escócia, na Inglaterra, na Finlândia, na Polônia, na Noruega, na Áustria, na Sérvia, na Alemanha, na Islândia e na Moldávia. Cada uma destas iniciativas é autônoma, empreendendo metodologias e financiamentos de forma independente, embora façam parte da Aliança. No projeto em Sorocaba, criado pela socióloga e guitarrista Flavia Biggs, são cerca de 85 pessoas que se dedicam voluntariamente a trabalhar com música, arte e movimentos sociais com meninas de 7 a 17 anos, durante o período de uma semana. Durante a temporada no GRC, as meninas aprendem a tocar um instrumento, montar uma banda e compor uma canção inédita, que é apresentada no último dia do acampamento. A partir de oficinas de guitarra, bateria, baixo, teclado e voz, elas se inspiram pela música; Em seguida, por meio de atividades voltadas para a expressão corporal, serigrafia/stencil, composição musical, produção de fanzines, identidade e imagem, skate, grafite, e até mesmo, defesa pessoal, elas promovem o “empoderamento feminista através da música” (GIRLS, 2022). Além do acampamento, o espaço se manteve durante a pandemia e durante o ano, com cursos e oficinas online, como canto popular, harmonia musical, bateria, guitarra e/ou violão, contrabaixo elétrico, teoria musical e harmonia funcional. Em entrevista à jornalista Claudia Assef (2022), para o blog *Music Non Stop*, a responsável pelo *Girls Rock Camp*, Flavia Biggs, conta sobre as principais motivações do projeto:

A música fez uma diferença total na minha vida, me formou como cidadã. Esse projeto traz a possibilidade de se enxergar da forma mais ampla, de ver seu potencial. Pode parecer algo simples, mas na verdade é aí que as potências surgem, através de uma

vivência que seja transformadora e empoderadora, com várias meninas de diversos lugares, com diferentes histórias. É sobre superar o desafio de se conhecer, superar conflitos. É como se fosse um treinamento pra vida, enfrentar as dificuldades e também romper com o ciclo da violência. No Camp a gente não se cala, é um momento de energia muito intenso. É acreditar no poder transformador de cada uma de nós. (BIGGS *apud* ASSEF, 2022)

O poder transformador mencionado por Flavia Biggs também é o que move o centro cultural Motim, no Rio de Janeiro. O local que já foi palco para mais de 100 bandas nacionais e internacionais, é um espaço de resistência feminista na Zona Norte do Rio, com a proposta de oferecer bem-estar e segurança para as mulheres que são artistas, produtoras culturais, que desejam participar de um festival, de oficinas, ou mesmo tocar seu trabalho autônomo em um lugar seguro (HOLANDA, 2018). A história do lugar tem início em 2016, quando as amigas e produtoras culturais, Amanda Flores e Letícia Lopes se conheceram pela internet e passaram a integrar o coletivo feminista interseccional Raiotagê, que tinha como objetivo fortalecer o cenário de música feminista no Rio de Janeiro, inspiradas pelos princípios do Riot Grrrl. Em agosto de 2016, com a enxurrada de denúncias de assédio e agressão contra músicos e produtores culturais cariocas, as amigas decidiram criar o seu próprio espaço e não depender de homens para organizar eventos.

Estávamos vivenciando uma situação em que começamos a boicotar praticamente todos os lugares do Rio de Janeiro, pois a maioria dos homens daqui têm histórias nebulosas. E então nós pensamos, ‘caralho, velho, onde a gente vai tocar agora?’ [...] Não dava para tocar na rua, porque a gente não tinha dinheiro, não tinha um gerador... nos vimos nessa situação em que as nossas produções estavam paralisadas por conta do boicote, mas a gente não queria ficar paralisada e nem deixar de boicotar. Decidimos criar um pico para agitar as produções de outras mulheres e administrar as nossas próprias produções, e foi assim que nasceu a MOTIM. (HOLANDA, 2018)

O primeiro espaço a ser alugado foi no Centro do Rio de Janeiro, na Rua Júlia Lopes de Almeida, ocupando dois andares de um velho prédio comercial de três andares. Devido às reclamações e ameaças anônimas de vizinhos, o MOTIM teve esta localização por pouco mais de um ano. Em seguida, Amanda não fazia mais parte da direção do espaço, e Letícia contou com a ajuda de parceiras da Efusiva Records para cuidar do espaço, enquanto trabalhava em um emprego formal, tocava na Trash No Star e cuidava de seus três filhos. Em 2018, aconteceu um financiamento coletivo para conseguir um novo espaço para a MOTIM, que arrecadou R\$ 14.545,27 superando a meta estipulada para cobrir custos de depósito do novo espaço (40% do valor), som (25% do valor), freezer (15% do valor), primeiro aluguel (14% do valor) e segurança (6%). Hoje, em Vila Isabel, na Rua Justiniano da Rocha, nº 466, o Centro Cultural recebe ensaios, gravações, ocupações artísticas e é o local de residência artística do projeto Hi Hat Girls e do selo Efusiva Records.

Com enfoque em divulgar a atividade de mulheres bateristas na música, surgiu em 2012 a revista *Hi Hat Girls*, que foi pioneira na publicação dedicada ao tema na América Latina. Online, gratuita e independente, ela é produzida coletivamente por bateristas brasileiras a fim de incentivar meninas e mulheres a começar no instrumento, tido como masculino, enquanto também busca inspirar as bateristas experientes a continuar no aperfeiçoamento, inspirando as bateristas iniciantes (ORION, 2018). A partir de 2016, com o fim da revista, o *Hi Hat Girls* tornou-se um projeto que ministra “Oficinas de Bateria para Garotas” em sete diferentes cidades no Brasil, chegando a receber premiações e reconhecimentos de instituições como a ALERJ, British Council, Oi Futuro e Instituto Ekloos. As oficinas têm início com uma introdução básica ao instrumento, após entenderem algumas noções da bateria, as instrutoras mostram o exercício na prática e demonstram a melhor forma de executar o som. A partir desta demonstração, as alunas podem colocar em prática o aprendizado, e assim, sentir-se encorajadas a entrar no cenário da música sem medo, de acordo com Julie Sousa, “a intenção é quebrar padrões de pensamentos tradicionais e fazê-las experimentar e acabar com a ideia de que não são capazes” (ORION, 2020). Durante o ano de 2020, elas lançaram o “*Hi Hat Girls Podcast*”, que em cinco episódios mensais entrevistaram outras mulheres da cena independente de música, como as produtoras fonográficas e técnicas de som, Rebeca Montanha e Tami Pistoressi; a especialista em Music Business e estrategista digital, Nata de Lima, e a baterista Cynthia Tsai; a Naná Rizinni, baterista e produtora musical; a produtora cultural e ativista, Lolly Amâncio; e a fundadora do selo Efusiva Records e do centro cultural Motim, Letícia Lopes. O podcast aconteceu graças à política de incentivo por meio de edital da Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Rio de Janeiro, e teve início antes da pandemia, tendo dificuldades de manter-se durante o período pandêmico. Atualmente, o *Hi Hat Girls* continua na ativa, em oficinas e encontros para aulas de bateria para garotas no Motim, centro cultural localizado no Rio de Janeiro. Em entrevista ao jornalista Rafael Chioccarello (2020), uma das criadoras do *Hi Hat Girls*, Julie Sousa, analisa a importância das oficinas de bateria para garotas:

Uma das que mais me marcaram foi uma moça que no final da oficina disse que tinha ficado muitos meses em coma, mas que conseguiu sair dessa situação e prometeu a si mesma que daquele momento em diante faria tudo que sempre quis fazer, e que não teve oportunidade. Uma dessas coisas era tocar bateria. Foi muito emocionante. [...] Outra foi uma moça que queria muito tocar desde sempre, tinha um namorado baterista, mas que não a incentivava, porque segundo ele, não era um instrumento para ela. Muito emocionadas, todas elas têm em comum a fala de que se sentem seguras de contar suas histórias e porque é tão importante para elas estar ali, participando dessa atividade que pode parecer simples, mas mexe, de alguma forma, lá dentro delas. (SOUSA, 2020, s/p)

Um dos principais diferenciais de todas as iniciativas mencionadas até aqui é que são projetos musicais de mulheres para mulheres, com objetivo de aumentar a quantidade e o alcance do trabalho destas na indústria musical. Quem também segue o mesmo caminho é a Turma Remota de Ensino Intensivo para Artistas Mulheres, o TREINAM Mulheres. Durante a pandemia, como aconteceu com diversos profissionais que dependem de encontros presenciais, as artistas tiveram dificuldade de se manter e os encontros, cursos e oficinas online se disseminaram. Em 2020, graças ao encontro de Julie Sousa (Hi Hat Girls), Izabel Muratt (produtora), Nathalia Moura (Orion Cymbals), Isis Correia (Agência 1a1) e Dride (Design per Music), nasceu a iniciativa que busca trazer protagonismo e autonomia para mulheres da música, incentivando que elas se tornem as donas de suas carreiras. Por meio do curso online, as participantes são capacitadas em: *personal branding*, direitos autorais, assessoria de imprensa, gerenciamento de carreira, identidade visual, *pitch*, *booking* e ainda, aprendem a lidar com as emoções durante o fazer artístico e se atualizam sobre o consumo da música digital (TREINAM, 2022). De acordo com as informações fornecidas no site do Treinam, as aulas são direcionadas para cantoras, compositoras, produtoras, instrumentistas e DJs, e contam com mais de 26h de aulas, com suporte online, material de apoio exclusivo e uma rede colaborativa distribuída por todo o Brasil.

Quem segue o mesmo caminho de unir música e feminismo numa prática colaborativa é o selo Efusiva Records, brevemente mencionado anteriormente em duas ocasiões nesta dissertação. Criado em 2015 por amigas de diferentes cidades do estado do Rio de Janeiro, elas mencionam em seu site que foram inspiradas pelo movimento Riot Grrrl e pelo feminismo interseccional para criar um espaço em que pudessem promover, divulgar e auxiliar a elaboração de projetos artísticos e principalmente, produções fonográficas. O que iniciou com as próprias produções musicais, com o tempo permitiu potencializar o cenário artístico fluminense por meio de iniciativas que incentivam a livre criação, o apoio mútuo e a troca de saberes entre mulheres (EFUSIVA, 2022). Liderado por Letícia Lopes, conhecida na cena independente carioca pelas bandas Trash no Star (guitarrista e vocalista) e Errática (baterista e guitarrista), ela também faz parte do Coletivo Lança e é uma das fundadoras do Motim, um centro cultural localizado no bairro de Vila Isabel, no Rio de Janeiro, onde atua na gestão administrativa do espaço, curadoria e produção de eventos. Atualmente, o selo Efusiva Records faz residência artística na Motim, levando shows e ensaios de bandas do casting. Fazem parte do selo as bandas Bioma (SP), de *queercore* feminista; Nâmbula Mangueta (SP), um *powergirltrio* de rock; Pata (MG), punk rock feminista; Trash No Star

(RJ), de rock alternativo; HAYZ (SP), de *queercore*; a cantora Clara Ray (RJ), de rock lo-fi experimental; The Lautreamonts (RJ), de post-punk; Errática (RJ), de rock alternativo; In Venus (SP), de post-punk; Tuíra (RJ), de pop punk; Charlotte Matou um Cara (SP), de punk feminista; Bochechas Margarinas (RJ), de rock alternativo; a cantora Melinna (AL), de rock alternativo; Kinderwhores (RJ), de rock alternativo; Floppy Flipper (RJ), de folk; e Belicosa (RJ), de punk.

Todas estas iniciativas trazem em comum a principal ideia do movimento Riot Grrrl: trazer garotas para a frente, criar oportunidades para que mulheres possam ser ouvidas, construir espaços em que mulheres se sintam seguras, tornar a música um espaço de igualdade entre os gêneros. Estas ações buscam combater o silenciamento imposto às mulheres, um silenciamento político que surge por imposição da cultura, do Estado ou como um ato de autopreservação (LAZREG, 2020, p. 218). De acordo com Lazreg, o silêncio pode ser (a) circunstancial, como resultado de fatores sociais e culturais; (b) estrutural, ou seja, relacionado a estruturas construídas em bases históricas; ou (c) estratégico, quando aceitar o silenciamento é uma forma de autopreservação. No âmbito da música, e das artes em geral, acompanhamos uma série de exemplos destes silenciamentos, como os depoimentos dados a pesquisa da UBC (2021) e reproduzidas em matéria da Agência Brasil (GANDRA, 2021), que destaco abaixo:

[Silenciamento circunstancial:] Basta você dizer que é compositora para ser desacreditada. Mulher cantando é até aceitável, mas compondo, acham que não temos competência [...].

[Silenciamento estrutural:] Em algumas entrevistas, as perguntas técnicas acerca da composição de música ou de dificuldades da banda eram direcionadas apenas aos meus companheiros de banda. Minhas perguntas eram mais relacionadas ao que eles consideravam do ‘mundo feminino’ [...].

[Silenciamento estratégico:] Recebi o cachê mais baixo que o combinado pelas gravações de voz de um disco completo. Eu era a única mulher da banda e atuava como cantora/intérprete. Até hoje não recebo pelos direitos conexos. (GANDRA, 2021)

Os relatos são diversos e nos ajudam a entender como funciona a recepção das mulheres no mercado da música. Mas quem são estas mulheres? Na pesquisa da Semana Internacional de Música (DATASIM, 2019, p. 13), foram entrevistadas 612 mulheres e destas, a maioria é cisgênero (91,67%), branca (70,26%) e pertence a faixa entre 26 e 40 anos (67,8%), ou seja, é preciso destacar que mesmo entre mulheres existe o silenciamento relacionado às mulheres indígenas, negras, pardas, amarelas e não-binárias. Quando o assunto é a vivência da mulher, o clichê em citar Simone de Beauvoir (1980, p. 9) é válido e a frase “ninguém nasce mulher, torna-se mulher” nunca fez tanto sentido. Reconhecer-se mulher, em uma sociedade patriarcal,

implica a percepção de que somos limitadas a partir de nossa *performance de gênero*<sup>30</sup> - e de como os outros nos enxergam. Naturalizar essa discriminação, a desigualdade entre os gêneros e a exploração e opressão das mulheres é considerar natural que as mulheres sejam consideradas cidadãs de segunda classe e, portanto, estejam subordinadas aos homens (CASTRO, 2020, p. 173). Ainda que de forma tímida, a cena de música independente no Brasil vem assistindo o aumento das mulheres na música (UBC, 2022, p. 4) e com isso, tomando a narrativa de suas histórias, compartilhando suas vivências e incentivando outras a sair de situações de opressão (CASADEI, 2013, p. 210). Acreditamos, nesta pesquisa, que a quarta onda do feminismo no Brasil influencia nesta percepção do aumento de mulheres na cena independente, já que este momento se caracteriza pela potencialização política e estratégica das vozes dos diversos segmentos feministas interseccionais e das diferentes configurações identitárias e da demanda por seus lugares de fala (HOLLANDA, 2020, p. 13).

Docilidade, vaidade, submissão. São qualidades esperadas de quem se reconhece como mulher em todas as áreas da vida, inclusive no ambiente de trabalho. Na música, quando uma mulher toca um instrumento, a atitude tornou-se um ato político de representatividade (BECKER, 2011, p. 56). Isso porque nos primeiros anos, enquanto estudantes de música, as mulheres precisam “negociar entre os ideais masculinos sobre identidade musical rockeira e os estereótipos negativos de feminilidade. Esse ajuste apresenta-se como desafio para instrumentistas que se identificam como mulheres e desejam alcançar reconhecimento na indústria da música” (WERNER, 2019, p. 6). E não somente instrumentistas, mas também mulheres DJs e produtoras musicais definidas como pessoas não-binárias e travestis passam pelos mesmos problemas, com tendência a desistência da carreira na área da música. Encaramos aqui que o movimento Riot Grrrls foi o principal fator influenciador para que uma geração de mulheres na música tivesse contato com o feminismo, e desta forma, dispusesse de ferramentas para compartilhar as experiências com outras companheiras. Kim Gordon (2016, p. 11), baixista da banda Sonic Youth, relata em sua autobiografia a objetificação feminina pela qual as mulheres que fazem parte de uma banda são sujeitadas: “Foi então que soubemos que, para as grandes gravadoras, a música importa, mas muito se resume ao visual da garota. A garota ancora o palco, suga o olhar masculino, e, dependendo de quem ela é, lança seu próprio

---

<sup>30</sup> Entende-se performance de gênero a partir do exposto no livro “Problemas de Gênero – feminismo e subversão da identidade”, de Judith Butler (1990), que entende os gêneros masculino e feminino como construções sociais. As identidades sexuais e de gênero são socialmente construídas e estimuladas por meio de dispositivos políticos e culturais hegemônicos, impondo uma heterossexualidade normativa. Sendo assim, utilizar-se de representações femininas para performar determinada ideia de gênero, é o que leva a desigualdade, segundo o entendimento da autora.

olhar de volta para a plateia”. Nesse cenário, a música se transforma em ponte para a discussão do feminismo e o fortalecimento das mulheres, traduzindo debates do movimento para jovens que se sentem afastadas do feminismo teórico. Conforme pude mencionar durante este capítulo, a ideia de coletividade criada nestas iniciativas feministas na música faz com que mulheres se sintam mais fortes e seguras em um ambiente machista como é a música. Ocupar espaços que são negados ao gênero feminino é resistir ao que é imposto por uma sociedade patriarcal em sua predominância (ROCHEDO, 2015, p. 14).

Diversos fatores contribuíram para que chegássemos ao ponto em que estamos na indústria da música, com minorias políticas alcançando um maior espaço. A popularização da internet e de equipamentos, como as mídias graváveis e dos softwares de gravação, que, por sua vez, impulsionaram a destruição criadora no mercado da música (DE MARCHI, 2016). Assim, com um computador pessoal, um conhecimento básico de gravação e de edição, qualquer pessoa poderia gravar suas músicas e disponibilizá-las online (DE MARCHI, 2016, p. 117). Desta forma improvisada muitas bandas surgiram, festivais foram organizados e, como pudemos observar, selos independentes foram criados (BECKER, 2011, p. 58). Com a experiência dos selos independentes e por intermédio das redes sociais, as mulheres da música tiveram a oportunidade de se conectar de uma forma mais íntima com o público, compartilhando opiniões e experiências. É a partir da disseminação dos selos e artistas independentes que o lema *do it yourself* transformou-se em *do it together*, ou seja, fazemos juntos (SOARES, 2019). O que antes tinha o intermédio de uma grande gravadora para acontecer, foi substituído por músicos que se entregam totalmente à sua música, indo do planejamento ao marketing, sem esquecer da parte criativa, que volta a ser feita pelo artista. Para o músico é a chance de ter um produto que tenha a sua personalidade, enquanto para os fãs é a criação de uma relação mais íntima com o artista (PALMER, 2015, p. 193). Essa busca por um relacionamento mais pessoal também se dá na relação entre músicos e selos, que até mesmo pelo seu tamanho, tornam possível o acompanhamento de perto das bandas e artistas. Quando selo e artistas trabalham juntos, a indústria musical se fortalece como um todo.

### **3 FEMINISMO NO MERCADO DA MÚSICA**

Um dos selos independentes pioneiros em focar na potencialização da mulher na música no Brasil, a PWR Records é o nosso *sujeito de pesquisa*<sup>31</sup> neste estudo de caso que

---

<sup>31</sup> Dentro do campo de estudos antropológicos, o termo *sujeito de pesquisa* parte de uma discussão que critica a ideia de objeto de pesquisa, acreditando que este é tratado como um nativo colonizado, passivo. A partir do



busca analisar a indústria da música sob um viés feminista. Em um contexto de transformação da indústria musical a partir da consolidação da cultura digital, na qual os meios de produção, divulgação, distribuição, circulação e consumo foram reconfigurados (DE MARCHI, 2016, p. 18), esta dissertação busca analisar como o feminismo tem se manifestado no campo da música por meio de um ativismo que é praticado por determinados sujeitos que alinham a prática ativista e o fazer artístico, e, desta forma, inclui experiências que nos levam a pensar “arte e política não como domínios autônomos, mas como um mesmo fluxo que, corporificado, reconfigura sensibilidades e mobiliza ideias e afetos. [...] Corpos que intervêm e, reposicionam a si mesmos e a outros do seu entorno” (SAAVEDRA, 2017. p. 2). A presença de mulheres na música, trabalhando, fazendo arte e dividindo suas experiências, tem o poder de fazer com que as fãs se reconheçam e se sintam mais fortes (LEONARD, 2007, p. 161), desta forma, acreditamos que o relato da experiência do selo pode ser visto como um exemplo de atividade ativista ao defender a posição da mulher na música como uma postura política de representatividade e de incentivo à potencialização de mulheres e pessoas não-binárias.

A PWR Records foi escolhida como estudo de caso por proporcionar a uma série de profissionais da música a possibilidade de se unir sob uma mesma causa: a igualdade entre os gêneros. Isso porque além de ser um selo com missão e valores feministas, também existe o incentivo para que se forme uma rede de contatos entre mulheres na música, motivando que as artistas contratem mulheres para a produção musical, marcação de shows, assessoria de imprensa e todas as outras funções necessárias para um bom direcionamento na carreira musical. Apesar desta premissa, música e estudos de gênero raramente se cruzam no Brasil, tendo sido publicados apenas 141 trabalhos desde 1978, tendo sido 127 deles nas décadas entre 2000 e 2017 (ZERBINATTI; NOGUEIRA; PEDRO, 2018, p. 2). Trazer o contexto histórico e social que afetam diretamente a história das mulheres na música independente é importante para compreendermos as condições de extrema desigualdade perpetuadas por um sistema patriarcal. Pesquisar sobre mulheres, gênero, feminismos e música no Brasil é criar espaços para pensar, explicar e dar voz às múltiplas forças alinhadas para as realizações dessas sujeitas de pesquisa (ZERBINATTI; NOGUEIRA; PEDRO, 2018, p. 4).

Neste capítulo, por um lado, analisamos o selo PWR Records a partir, da apresentação de sua história, das artistas que estão no selo e que já passaram pelo *casting*, as estratégias de curadoria e os reconhecimentos que a iniciativa já recebeu. Por outro, apresentamos um trabalho de campo, baseado nas entrevistas realizadas com membros do selo independente.

---

momento que se torna um sujeito de pesquisa ele seria reconhecido como uma pessoa, um interlocutor que compartilha seu conhecimento com o sujeito-pesquisador.

Os apontamentos serão baseados nas respostas obtidas por meio das entrevistas realizadas em São Paulo (SP), nos dias 15 e 16 de abril de 2022, primeiramente com Letícia Tomás, A&R da PWR Records; e no dia seguinte, com as artistas do casting disponíveis naquele fim de semana: Lori, LUMANZIN e o duo TØSCA, formado por Alice Gauto e Letícia Soto. Além de informações recolhidas por meio de material encontrado em matérias disponíveis nas mídias digitais (jornais e sites). Alinhada ao estudo de caso, a entrevista como metodologia foi utilizada a fins de comparação, para que possamos descobrir as lacunas e confirmar dados mencionados durante as conversas (HAGUETTE, 2010, p. 90). Na primeira parte do capítulo, contamos a história de como duas amigas fãs de música, na busca por ver mais mulheres na indústria da música decidem, elas mesmas, a mudar esta situação. Com auxílio de material de arquivo disponível nas redes sociais do selo, das entrevistas e das matérias realizadas por veículos da internet durante o período, buscamos reconstruir estes primeiros passos iniciando no ano de 2016 até os últimos meses de 2022, quando o selo recebeu um prêmio em dinheiro da Ballantine's devido a importância da PWR no cenário de música independente no Brasil. Já na segunda parte do capítulo, investimos em explorar os aspectos do plano de negócio do selo, buscando entender como funciona a visão de feminismo abordada pela PWR e como as artistas se reconhecem dentro desta forma de trabalhar na música. Nesta seção também apontamos direcionamentos a partir das percepções das artistas a respeito do mercado no pós-pandemia e quais seriam as soluções para que fosse facilitada a circulação de artistas independentes.

### **3.1 De Pernambuco para São Paulo: como duas garotas iniciaram um selo feminista**

Insatisfação. A história da PWR Records começa com um sentimento de que tinha algo de errado com o machismo na indústria da música, e que cabia a elas, Letícia Tomás e Hannah Carvalho (figura 3), ser a mudança que elas queriam ver. Mas antes que o selo pudesse ser criado, uma série de acontecimentos contribuíram para que esta insatisfação não fosse mais suportável. O ano era 2014 e o cantor canadense Mac DeMarco se apresentou no Brasil pela primeira vez, com shows em São Paulo e Porto Alegre durante o mês de janeiro, produzidos em parceria pelos selos/produtoras independentes Balaclava Records e Brain Productions (ROLLING, 2014). As apresentações e a vinda do artista para o país foram organizadas no esquema faça você mesmo e essa breve turnê acendeu uma luz de possibilidades na mente das amigas Letícia Tomás e Hannah Carvalho, em Pernambuco. Em novembro do ano seguinte, Mac DeMarco retorna ao Brasil, novamente trazido pelo selo Balaclava Records, e

desta vez, Letícia e Hannah combinam de assistir ao show.

Eu lembro que eu era novinha ainda [18 anos], mas eu entendia aquilo como um modelo de negócio, saca? Acho que a Balaclava já tinha uns quatro anos, aí foi na época que eu conheci o Dotta [um dos fundadores do selo]. Eu acho que ainda nem era rentável o negócio, mas eu entendia como aquilo é um possível modelo de negócio, tudo mais. E daí foi quando a gente foi conhecendo mais e mais bandas, e daí a gente conheceu a Gorduratrans. (TOMÁS, 2022).

Figura 3 - Hannah Carvalho e Letícia Tomás, respectivamente, em 2017



Fonte: ZINGLER, 2017

Em 2015, a banda Gorduratrans tinha acabado de lançar o disco de estreia, repertório infundável de dolorosas piadas, lançado pela gravadora Bichano Records, do Rio de Janeiro. Em pouco tempo o grupo da Baixada Fluminense chamou a atenção com o seu trabalho de estreia e shows da Gorduratrans eram requisitados em diversos estados. Graças às redes sociais, a turnê na região Nordeste em breve iria ser viabilizada graças às duas fãs de música que se tornaram amigas dos integrantes da banda. E foi assim, que em janeiro de 2016, pelo Twitter(figura 4), Letícia Tomás propôs que a banda fluminense tocasse em Recife (PE). A ilustração abaixo mostra como pequenos atos podem desencadear grandes mudanças: o tuíte de feliz ano novo da banda provocou a resposta de Letícia, usando hashtags e insinuações que se seguiam a uma conversa que elas já vinham tendo nos bastidores com os membros da Gorduratrans.

Figura 4 - Troca de tuítes entre Letícia Tomás e a banda Gorduratrans



Fonte: Twitter da Letícia Tomás<sup>32</sup>

Até a turnê ser concretizada, Hannah enviava, via Facebook, uma série de links de passagens em promoção para o Recife, estimulando a turnê no Nordeste. Assim teve início a primeira turnê do Gorduratrans no Nordeste, e a primeira vez que Letícia e Hannah tomavam a frente no planejamento de shows, se encarregando da estadia, transporte e alimentação. Foram sete apresentações em seis cidades, todas elas agendadas via mensagem no WhatsApp, com pessoas que conheciam da faculdade: “encontrava um amigo que estudava em Recife, mas era de Alagoas e ficou responsável pelo show de lá; daí no grupo da

<sup>32</sup> Disponível em: <https://twitter.com/letossia/status/683110353530712065>

Sinewave, perguntamos ‘quem que produz em Fortaleza?’, e apareceu a Nanda [Loureiro, da Banana Records]” (TOMÁS, 2022). Esta primeira turnê passou por Maceió (AL), Recife (PE), Natal (RN), Fortaleza (CE), Campina Grande (PB) e Santa Cruz do Capibaribe (PE), entre os dias 18 e 27 de fevereiro de 2016. A turnê gerou o clipe para a música *VCNVQND*<sup>33</sup>, gravado nas diversas cidades por onde a banda passou e uma *live session* no projeto *Bands on Frame*, criado por Hannah Carvalho, em que foi gravada uma versão acústica para a faixa *Você Não Sabe Quantas Horas Eu Passei Olhando pra Você*<sup>34</sup>. Posteriormente, também foram organizadas turnês com as bandas Terno Rei, Lupe de Lupe e os artistas que faziam parte do coletivo Geração Perdida de Minas Gerais.

Na época tinha o Dia da Música<sup>35</sup>, que dava um aporte pra gente pagar cachê, a gente conseguiu levar uma galera dessa forma também. Mas eu me incomodava sempre, sempre só os caras, daí foi quando eu me propus a conhecer mais bandas de minas, que daí foi quando a gente fez lá a planilha. Na época eu queria encontrar as [bandas de mulheres] que fossem perto da gente, só que tava difícil demais encontrar. Aí abriu pra todo mundo e virou aquela planilha gigante (TOMÁS, 2022).

A planilha é o *Mapeamento de Mulheres e Pessoas Não-binárias na Música Independente*, um documento disponível no Google Docs, em formato colaborativo, criado em 2016 por Letícia Tomás junto a Hannah Carvalho e Fernanda Loureiro (Banana Records). A planilha conta com oito colunas que contém os seguintes itens:

- (A) De onde a banda ou projeto é;
- (B) Nome da banda ou nome do projeto;
- (C) Link para a audição da música;
- (D) Link para uma das redes sociais;
- (E) Cidade e Estado;
- (F) E-mail de contato;
- (G) Gênero musical;
- (H) Marcação que indica se a banda continua ativa ou encerrou atividades.

A lista foi resultado também de uma discussão que acontecia no grupo do selo *Sinewave*, no Facebook, que mencionava que a cena do *rock triste* não tinha nenhuma mulher, com alguns membros argumentando que a situação aconteceria pelo desdém das mulheres em relação ao subgênero do rock, ou por desconsideração, por não haver espaço para bandas de mulheres.

<sup>33</sup> A sigla aparece durante a letra da música e significa: *você não vê que não dá*.

<sup>34</sup> O clipe e o vídeo ao vivo gravado na sala da casa de Hannah Carvalho, para o *Bands on Frame*, estão presentes na playlist no YouTube de músicas citadas nesta pesquisa: <https://bit.ly/playlistfmi>

<sup>35</sup> O festival Dia da Música acontece em rede, em dezenas de palcos espalhados pelo país, inspirado pela *Fête de la Musique, da França*. O evento oferece apoio financeiro a palcos que queiram hospedar shows no Dia da Música.

O debate foi a gota d'água e assim, a lista foi primeiramente divulgada no grupo e posteriormente compartilhada em outros locais (CAVALCANTI, 2016).

O mapeamento era um negócio super pessoal mesmo. Eu comecei a fazer. E daí eu soltei num grupo, tipo, na Sinewave. Porque eu sentia que eu não conhecia banda suficiente. Isso já era meio que um tópico que acontecia ali, saca? 'E aí, gente, indica aí mulheres que tocam'. E daí eu criei a planilha e peguei os nomes que já estavam na Sinewave e fui lá. E daí a Nanda, que na época era do Banana Records, que acabou também, que era um selo de Fortaleza, ela que fez um post e jogou lá no grupo, no Sinewave. Tipo, 'olha, tô fazendo isso aqui com minhas amigas. Preencham aí.' Eu fiz o mapeamento, e eu escutei todas as 200 bandas do primeiro mês de mapeamento. E escutei umas coisas muito boas, daí eu comecei a conversar com a Cynthia, da In Venus, que ela foi uma das primeiras colaboradoras da lista e ela colocou um monte de nomes ali e a gente começou a conversar e tal. Foi aí que pensei 'quero fazer alguma coisa com esses 200 nomes que estão aqui' e daí veio a ideia da zine. (TOMÁS, 2022)

Inspiradas pelo movimento Riot Grrrl<sup>36</sup> a ideia de criar um zine fazia parte de toda a mágica do movimento. Para decidir o nome, inspiraram-se na tatuagem que Letícia Tomás possui na parte interior do pulso da mão direita em que se lê *GRL PWR* o lema disseminado pelo feminismo dos anos 1990, já comentado no capítulo anterior. A ideia era usar um nome forte, poderoso e se achava na época que as pessoas fariam a associação direta com o *girl power*, o que não aconteceu. O zine teve algumas dificuldades iniciais: nenhuma das três tinha habilidade para textos, portanto, começaram a investir em imagens chamativas para divulgar o trabalho das artistas independentes que estavam no mapeamento. Tomás (2022) conta que chegou a fazer alguns layouts de uma zine que era só com as meninas do mapeamento, com um fundo, uma foto da capa do disco e um *QR code* que levaria a pessoa a ouvir o trabalho. "Quando ficou difícil demais fazer o zine, virou um selo" (TOMÁS, 2022). Durante uma entrevista para o site Hits Perdidos, Letícia Tomás contou que foi graças ao apoio dos amigos que foi criada a PWR Records.

Assim que o selo nasceu, corri na lista de *girls bands* que montamos, ouvimos uma a uma, de 250 na época, cheguei a falar com umas 100 apresentando o projeto, algumas dessas já tinham acabado, mas achei importante mostrar que estávamos à disposição. Depois disso, algumas entraram em contato conosco para mostrar novos trabalhos. Também acontece muito de indicações, uma das bandas do selo, nos mostra a amiga, aí já é um *plus* no Conselho Curador (risos). E eu sou muito desbravadora de bandas *underground* e nessa saga os grupos de música feminista me apresentam bastante coisa! (CHIOCCARELLO, 2017)

Em outra entrevista, Tomás conta que no início o objetivo era mapear bandas que

---

<sup>36</sup> No segundo capítulo, nas páginas 84 e 85, é realizado um breve histórico do movimento Riot Grrl que inspirou atividades feministas na música independente no Brasil, como os selos PWR Records e Efusiva, além do Girl Rock Camp.

tivessem ao menos uma mulher na sua composição e trabalhar com elas. Mas que, com o tempo, notaram que não era o suficiente o projeto musical ter uma mulher na formação e sim, permitir que essa mulher tomasse a frente do projeto, concedendo entrevistas e tivesse um papel de destaque na banda (ZINGLER, 2017). Ainda neste início, com sede em Recife (PE), o selo se mantinha auxiliando as artistas localizadas na região Norte e Nordeste do Brasil e cooperavam na produção de shows de artistas da região Sudeste que desejavam conhecer o público das principais capitais nordestinas, assim foram realizadas turnês de Terno Rei e Boogarins, que estava prestes a estourar na época (TOMÁS, 2022). O evento que foi o estopim da divulgação da PWR Records foi o *Jam das Minas*, evento exclusivo para mulheres que aconteceu em Recife, em 25 de outubro de 2016, que contou com as bandas *Ventre* (RJ), *Rakta* (SP) e *My Magical Glowing Lens* (ES), na turnê chamada *My Magical Ventre* (SILVA, 2016). Na ocasião, nos dias 1º e 3 de novembro de 2016, também foram oferecidas oficinas de Linguagem Rítmica, com Larissa Conforto, na época baterista da *Ventre* (figura 6) e de Guitarras e Pedais, com Gabriela Terra, multi-instrumentista e produtora musical da *My Magical Glowing Lens*, (figura 7). O evento de improviso musical de cunho artista<sup>37</sup>, a *Jam* da Minas, reuniu mulheres instrumentistas em Recife e nos meses posteriores também aconteceu em São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Brasília (DF), Belo Horizonte (MG) e Natal (RN).

Quando soubemos que as meninas do *Rakta*, *Ventre* e *My Magical Glowing Lens* viriam para o *No Ar Coquetel Molotov*, as convidamos para essa *Jam* e o sucesso foi tão grande, que resolvemos que será um evento regular, para acontecer mensal ou bimestralmente. As meninas aqui têm vergonha, porque se aparecer um cara tocando qualquer coisa mediana, a galera vai aceitar, mas se for uma mina, vão criticar. A ideia da nossa *Jam* é esta, que a gente possa tocar qualquer coisa e a próxima será aberta para quem quiser chegar (ESTEPHANIA, 2016).

Figura 5 - Larissa Conforto na oficina de Linguagem Rítmica, em 2016

---

<sup>37</sup> Nota da autora: Definimos o evento como artista de acordo com a percepção de Rose de Melo Rocha (2019, p.2), que acredita que artivismo são “práticas, posturas e linguagens nas quais o engajamento é necessariamente um tema de resistência, dissidência ou dissenso”. O evento em questão buscava sair do padrão de oficinas e improvisos de música com o público formado por homens, e dedicou a criar um espaço somente para mulheres.



Fonte: Facebook da PWR Records, 2016<sup>38</sup>

Figura 6 - Gabriela Terra na oficina de Guitarras e Pedais, em 2016



Fonte: Facebook da PWR Records, 2016<sup>39</sup>

<sup>38</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/pwrmusica/photos/358392457845146>>. Acesso em 31 dez. 2022.

<sup>39</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/pwrmusica/photos/358391474511911>>. Acesso em 31 dez. 2022.



Uma das primeiras artistas a assinar com o selo, a *My Magical Glowing Lens*, projeto capixaba formado por Gabriela Terra, contou em entrevista ao jornalista João Depoli (2018), do site Inferno Santo, sobre as iniciativas voltadas para o fomento à produção musical feita por mulheres, criadas em parceria com a PWR Records. Após a primeira experiência com uma oficina de Guitarras e Pedais, em Recife (PE), ainda em 2016, Gabriela notou que era preciso compartilhar o conhecimento com mais mulheres, para fortalecer a movimentação que também já acontecia em Vitória, capital do Espírito Santo.

A gente fez algumas turnês em que a gente fez umas oficinas, e eu me lembro de uma específica que era mista. [...] então eu dei a oficina e eu me lembro dos caras falando muito e das minas no cantinho, morrendo de vergonha de falar. Antes eu tinha um pouco de dúvida se tinha que ser só para mulheres mesmo, mas depois que eu passei por essa situação, eu falei: 'Tem que ser'. A gente é ensinada que a gente não pode nem abrir as pernas quando a gente é pequena, porque existe a pedofilia, e não é só isso. A gente tem que parecer mocinha e tal. Os meninos podem jogar bola, podem se estrear, podem fazer tudo e a gente tem que... Eu me lembro da minha mãe e da minha madrasta brigando comigo, porque eu era meio moleca quando era pequena, sabe? Eu tava descabelada, suada e pra chegar pra festa não pode. E toda essa coisa com meninas, que fez parte [da criação] de praticamente todas as meninas da minha idade, da minha geração e de outras também. Não é algo que as pessoas fazem conscientemente, não é uma educação que deram pra gente, não é culpa dos nossos pais, nada a ver com isso. É uma cultura mesmo que se criou e que eu tô tentando intervir nela, sacou? (DEPOLI, 2018)

Ainda em 2016, foi lançado um formulário na internet que buscava nomes de mulheres que trabalhassem no *backstage*, mixagem e masterização, para que a PWR Records pudesse indicar para as bandas agenciadas. Neste primeiro ano, a PWR Records lançou o single *Instinto* e o EP autointitulado, da PAPISA, projeto solo da artista paulista Rita Oliva, integrante das bandas Cabana Café e Parati (GUERRA, 2016).

A princípio a gente nem sabia o que fazia um selo. Nós éramos amigas dos Kalouv [banda instrumental de Pernambuco] e eles apresentaram a gente para a Rita Oliva, da PAPISA. E a Rita, apesar de estar lançando o primeiro solo dela, ela já tinha 10 anos de carreira com o Parati e o Cabana Café, pela Balaclava [Records]. Ela explicou pra gente o que era um selo. Não sabíamos que tinha que criar uma conta na distribuidora. Aí eu li o blog todo da Tratore e aprendi tudo lá, formada pela Tratore! E a Rita também ajudou bastante. Ela foi a primeira artista que a gente lançou. Daí nessa época a gente se propunha a fazer qualquer coisa. Marca show? Marco! Vamos fazer uma turnê? Fazemos! Vamos distribuir isso aqui? Distribuimos! Vamos fazer uma assessoria? Fazemos! E daí a gente foi ficando sobrecarregada e vendo que nem todas essas frentes tinham um retorno financeiro. E que algumas delas, tipo a distribuição, talvez nunca tenham um retorno. Que o tanto de tempo que demanda, o retorno nunca vai ser equivalente. (TOMÁS, 2022)

A atenção alcançada na mídia especializada em música em 2016 continuou em 2017 e já em maio daquele ano foi promovida a *PWR Tour* com o objetivo de “circular por cidades

do sudeste e centro-oeste do país e realizar shows, discotecagens e exposições que não apenas divulguem as artistas e o trabalho do coletivo, mas que também unam forças criativas de diferentes localidades” (VALERIO, 2017). A turnê passou pelas cidades de São Paulo (SP), Goiânia (GO), Brasília (DF), Belo Horizonte (MG) e Juiz de Fora (MG), entre os dias 7 e 18 de maio de 2017. Participaram da turnê, mas não de todas as apresentações, artistas do casting como as paulistas Ema Stoned (rock experimental) e PAPISA (indie psicodélico) e a mineira, Miêta (indie rock). Em 2017, a PWR Records trazia no casting, além das bandas já mencionadas, os projetos In Venus (SP), Lari Pádua (SP), Katze (PR), My Magical Glowing Lens (ES), Walkstones (SP), Cora (PR), Não Não-Eu (MG), SixKicks (SP), Winter (PR) e Luísa e os Alquimistas (RN). Neste ano foram lançados os EPs *Moon Phases of a Relationship*, da Katze; *Youths in Brief*, da Walkstones; *Não vai ter Cora*, da Cora; *You should sing in Portuguese buy more pedals and play lower*, da SixKicks; os álbuns *Cosmos*, da My Magical Glowing Lens; o autointitulado, da Não Não-Eu; *Dive*, da Miêta; *Vekanandra*, da Luísa e os Alquimistas; e os singles *Jaded*, da Winter; e *Próxima b*, da Ema Stoned. Neste mesmo ano também participaram de grandes festivais, com *showcases* no Bananada (GO) e na Semana Internacional de Música – SIM São Paulo. Em 24 de junho de 2017 também realizaram o *Palco PWR Records*, no Dia da Música<sup>40</sup>, em Natal (RN), onde levaram para tocar as bandas Maquiladora (PE), Concílio de Trento (RN), Tertuliê (RN) e a Chico de Barro (RJ), além do encerramento com a *Jam das Minas* (CHIOCARELLO, 2017). Nesta primeira fase da PWR Records, entre 2016 e 2017, a empresa contava apenas com duas funcionárias, as fundadoras Hannah Carvalho e Letícia Tomás.

Foi quando eu parei pra olhar e falei, ‘olha, não tá dando pra ficar fazendo tanta turnê. Até porque nessa época, quando a galera ia, não era pra ganhar dinheiro, era pra ter o release na imprensa dizendo: ‘olha, o fulano de tal já rodou o Brasil inteiro, tá indo pro Nordeste’. Mas aí as coisas foram começando a ficar caras, a passagem foi começando a ficar cara, a crise da imprensa também, e isso deixou de virar notícia, saca? Então era mais se você queria dar rolê mesmo, se você queria ir pro DoSol, pro Coquetel [Molotov]. Aí todos esses fatores foram meio que minando nossa vontade de fazer turnê por lá. Aí foi quando a gente começou a vender show, porque daí tinha as bandas da PWR. E a gente nunca teve muita banda lá do Nordeste, acho que a gente lançou, até hoje, no máximo umas quatro. Porque de fato são muito poucas bandas por lá. Já estava complicado fazer evento lá, porque não dava mais, não dava dinheiro e tal. Então eu me formei e vim para São Paulo. (TOMÁS, 2022)

A ida de Letícia Tomás para São Paulo se deu, primeiramente, por ocasião do evento

---

<sup>40</sup> O festival Dia da Música acontece em rede, em dezenas de palcos espalhados pelo país, inspirado pela *Fête de la Musique*, da França. O evento oferece apoio financeiro a palcos que queiram hospedar shows no Dia da Música.

“Minas no Front”, realizado entre os dias 21 e 23 de junho de 2018, no SESC Pompeia (SP). A programação trouxe as bandas Dominatrix, Cora, Miêta, Rakta, Ema Stoned e My Magical Glowing Lens. Na época, Tomás ia frequentemente acompanhar as bandas nas turnês, enquanto fechava contratos com o SESC, a estadia temporária em São Paulo, aos poucos, tornou-se uma mudança de cidades, trocando as limitações de Pernambuco pelas facilidades de São Paulo: “Tanto que eu vim pra (sic) um show e falei pra minha tia que ia ficar alguns meses pra sacar qual que era, porque eu já tinha vindo antes pra (sic) coisas ultra pontuais.” (TOMÁS, 2022). Sem familiares vivendo em São Paulo (SP), os shows no SESC rendiam o pagamento da passagem de avião e hospedagem, além do cachê – que até então era o maior já recebido pelas artistas da PWR Records. Nesta época, destaca Tomás (2022), por ter fechado o show por três dias, o SESC proporcionava a diária do hotel sete dias antes e sete dias depois do show, para a banda e a equipe que a acompanhava. Uma série de outros eventos também se alinharam para que a estadia de Letícia levasse mais tempo do que o previsto anteriormente: apoiando desde o início o selo, a baterista Larissa Conforto, em junho de 2018 estava saindo do Rio de Janeiro e se mudando para São Paulo – nessa já era mais uma companhia para enfrentar a cidade cinza. Em agosto de 2018, Larissa Conforto uniu-se a Vitor Brauer na nova edição da turnê *Sem Sair na Rolling Stone*, que os levaram para dois meses na estrada, e assim, Letícia foi convidada para ficar no apartamento de Conforto e cuidar das gatas.

Já tinha um lugar para ficar, consegui um emprego na época em publicidade, e fui ficando. Eu aguentei nove meses nesse emprego, pra mim parece uma eternidade, e então eu me demiti com uma mão na frente e outra atrás. Era PJ [pessoa jurídica], né? PJ é a pior coisa que inventaram. Aí eu só vazei, sem me programar em nada, porque eu falei, vai dar certo. Vai dar certo. Spoiler, não deu. Mas eu tinha, tipo, dinheiro guardado e tal. (TOMÁS, 2022)

Em 2018, com duas sócias vivendo em estados diferentes e se comunicando à distância, a PWR Records lançou o disco *El Rapto*, da Cora; os EPs *Não Não-Eu (remix)*, da Não Não-Eu; e *Phenomena*, da Ema Stoned. Foi durante o ano de 2018 que a PWR Records teve a sua primeira mudança de sócias e Hannah Carvalho deixou de fazer parte do selo. Seis meses depois da mudança de Tomás para São Paulo, a dinâmica à distância entre a dupla começou a desandar.

A Hannah era muito de ‘vamos fazer, vamos fazer’, e eu era mais racional, tipo, ‘vamos fazer, mas vamos organizar’. Daí quando eu vim para São Paulo, ela continuou lá em Recife, a gente teve uma super quebra nessa nossa dinâmica, junto a gente funcionava, junto a gente se entendia, saca? Mas à distância eu sempre sacava que eu estava fazendo um pouco mais, justamente por ter esse pensamento mais de negócio, enquanto ela tava fazendo um RP [relações públicas] do negócio, saindo falando por

aí e tal, mas isso super desgastou. Eu entendo que nesse início ela teve um papel muito primordial, ela sempre insiste muito nas coisas que ela faz, ela acredita muito no que ela está fazendo. (TOMÁS, 2022)

Em 2019 a empresa permaneceu sob a direção artística de Letícia Tomás e contava com o auxílio de Bells Delfiol, Carina Goettems e Marta Karrer. Neste ano, Tomás começou a produzir o Rec-Beat, festival de música brasileira realizado em Recife, durante o Carnaval. Graças à essa produção, foi possível realizar a PWR Tour, junto à marca de sandálias Ipanema, em fevereiro de 2019, que convidou nomes como Doralyce Gonzaga, 808 Crew e as artistas do selo, Luísa e os Alquimistas (RN), Musa Híbrida (RS) e Papisa (SP), e que rendeu um teaser vídeo<sup>41</sup> com trechos das apresentações. Em seguida, foi lançada via Ipanema uma coletânea chamada *Femu*, com canções gravadas ao vivo, no Centro Cultural Luiz Freire, em Olinda (PE) e na Casa Ipanema, no Rio de Janeiro (RJ), com artistas da PWR. No mesmo ano, o selo participou novamente do Festival Bananada, no dia 13 de agosto, com um *showcase* que trazia as artistas LUMANZIN (SP), Obinrin Trio (SP), Manacá Me Viu Pequena (SP) e a DJ Amanda Bredariol (MG). Entre os lançamentos da PWR Records em 2019 também estão os discos *quarentena*, da LUMANZIN; e *Sobre os prédios que derrubei tentando salvar o dia*, da Def. Em junho de 2019 o Spotify abre uma Casa de Música voltada para mulheres – que funcionou por seis meses - e traz no conselho curador a PWR Records, junto ao *Women's Music Event*, a Sêla e o Girls Rock Camp, que ficaram responsáveis por selecionar, em setembro, 12 mulheres para participarem de experiências gravando músicas e participando de eventos e ativações (workshops, audições, rodas de debate) que aconteceriam no local. No espaço, as artistas selecionadas seriam produzidas por nomes como Mahmundi, Lan Lan, Maria Beraldo, Mayra Maldjian, Monica Agenda e Daniela Araújo (AIEX, 2019). É também durante esta época que a PWR Records se reconhece no papel de pequena intermediária (DE MARCHI, 2016, p. 233) e começa a investir na curadoria de artistas, preferindo qualidade à quantidade. Esta tomada de decisão foi um reflexo de uma crise de identidade que quase levou ao fim do selo, contou Tomás em entrevista ao jornalista Rafael Chioccarello.

Começamos com muitos sonhos que caíram por terra na realidade, nossa vontade era lançar o máximo de mulheres possível até a gente entender o valor da curadoria e que também isso demandava um tempo, atenção e equipe que não tínhamos. Até tomar uma escolha de curadoria por um nicho que a gente domina, foram anos tentando abraçar o mundo (risos). Depois disso, a gente se viu muito mais como produtora e agência e passamos quase um ano com poucos lançamentos [...]. Agora, nos últimos dois anos, acho que a gente conseguiu achar um equilíbrio entre tudo que a gente se

<sup>41</sup> O vídeo está presente na playlist já mencionada nesta dissertação, no YouTube.

propunha, e principalmente, um equilíbrio financeiro nisso tudo de selo, agência, produtora e ainda gerenciamento da carreira de algumas das nossas artistas (CHIOCCARELLO, 2021)

Este nicho foi o de bandas e artistas indie, colaborando da pré-produção ao lançamento e pós-produção. Este subgênero do rock, o *indie rock*, é visto por Marion Leonard (2007, p. 3) como uma área mais aberta à participação feminina do que as outras cenas musicais dentro do gênero musical, onde há uma agenda masculinista evidente ou hostil à participação feminina. O rock independente traz em seu significado uma disputa: há quem o diga que ele foi criado a partir de subgêneros musicais relacionados a cenas e culturas, absorvendo influências do rock psicodélico, do punk e da música eletrônica. E há também quem o diga que, a partir da década de 80, o rock independente tornou-se música de massa e deixou de ser ligado ao fator econômico (sem gravadora) e tornou-se um gênero musical (LEONARD, 2007, p. 4).

No início a gente lançava muito, tipo, todos os gêneros que a gente conseguia, tudo que chegava. A gente chegou a lançar Luísa e o Alquimistas, acho que é super diferente do que a gente faz [a banda traz influências da música jamaicana, vertentes do brega, batidões nordestinos e música latina]. A gente lançou a Emma Stoned, que é mais instrumental e tal. E hoje, apesar de que eu não gostaria que fosse dessa forma, eu tenho cada vez mais indo pra um indie rock, que é o que eu consigo inserir, consigo apresentar. É, que é tipo o público que eu consigo acessar, o jornalista que já presta atenção na gente, o comprador de show que a gente já conhece, festival que eu já fui, saca? Porque eu queria abraçar o mundo. (TOMÁS, 2022)

A partir de 2020, com a pandemia, para ajudar a financiar as ações do selo e turnês das artistas, o selo musical criou também uma loja virtual<sup>42</sup> que comercializa camisetas com a logo do selo. Durante a pandemia, a PWR Records também se torna produtora de conteúdo, por meio do podcast PWRCast<sup>43</sup>, com 10 episódios lançados entre julho de 2020 e março de 2021. Com produção musical reduzida, em 2020 são lançados o single *Me Diz*, da LUMANZIN e o álbum *Eu Não Poderia Morrer Sem Dizer*, da Troá. Em 2021, o ano foi iniciado com uma parceria com o site Hits Perdidos, em que o selo se tornou colunista, produzindo dois textos: o primeiro, em fevereiro de 2021, era uma entrevista com a cantora estadunidense LP; o segundo, em março de 2021, um diário de produção do duo Troá, formado pelas musicistas Carol Mathias e Manu Terra, em que elas contavam sobre a gravação do clipe *Geléia*. Neste ano, as sócias Bells Delfiol, Carina Goettems e Marta Karrer partiram para outros projetos e, com esta saída, Letícia Tomás se dedicou a tomar ações que pudessem aprimorar o trabalho da PWR,

<sup>42</sup> A loja virtual pode ser visitada no seguinte link: <https://heartmerch.com.br/loja/pwr/>

<sup>43</sup> O podcast está disponível em diversas plataformas: <https://pods.link/s/4yma1JaawKfChiudfVBAjf>

buscando a mentoria de negócios, que foi importante para este momento de organização.

Eu sempre vi [a PWR] como negócio, e outras pessoas enxergavam como forma de construir portfólio e ir para outros lugares, sabe? Daí eu ficava esperando que elas entrassem comigo e a gente definisse esse negócio juntas. Passei quatro anos esperando por algo que nunca aconteceu. Foi muita terapia para entender que precisava fazer isso sozinha. Muitos amigos falavam para mim, 'a PWR é você. Não tem para onde fugir'. Foi quando eu procurei a mentoria de negócios, para dar uma clareada (TOMÁS, 2022).

Desde então, entre os anos de pandemia, a empresa permanece com a liderança de Letícia Tomás e conta com prestadoras de serviço para projetos pontuais e lançamentos, nas funções de: assessoria de imprensa, social media e uma equipe técnica para shows e lives. Há também os casos em que as artistas contam com produtoras próprias que ficam responsáveis pelas questões de ordem operacional/diária. Devido o retorno parcial das atividades presenciais, existe um leve aumento na quantidade de lançamentos da PWR Records em relação aos anos anteriores (Tabela 1).

Tabela 1 - Lançamentos PWR Records durante o ano de 2021

<b>Lançamentos PWR Records</b>		
<b>2021</b>		
<b>Formato</b>	<b>Título</b>	<b>Artista</b>
Single	Dois	Gaivota Naves
Single	Minha Voz	Gabriela Brown
Single	Fábula de uma Granada	Canto Cego
Single	menina	Viridiana
Single	Eu e Tu	Mariana Cavanellas
Single	Me Fudi	Troá
Single	3x4	Viridiana
Single	Shakespeare Cowboy	TOSCA
Single	Expectativa	Viridiana
Single	Popstar	Lori
Single	tua, toda	Viridiana
Álbum	Bruxa Cangaceira	Isis Broken
Álbum	Transfusão	Viridiana

Álbum	Semente	Bel_Medula
Álbum	Voragem	Ipásia

Fonte: Elaborada pela autora, 2023

Os poucos lançamentos deste ano de retorno foram uma espécie de teste do novo modelo de negócio, a fim de verificar até onde o selo poderia acompanhar as artistas. Foi nessa levada que se teve a certeza de que não dava para colaborar com artistas que ainda não tinham tido experiências de lançar músicas por conta própria, sem o auxílio de um selo, de uma equipe.

Não dá para trabalhar com quem acabou de começar e não se fodeu sozinha ainda. Porque sempre vai parecer que a gente tá em falta com a pessoa e não vai ter retorno financeiro nenhum, a princípio, né? Tipo, nem uns 200 reais pra pagar uma mix decente vai ter. Daí a pessoa, sei lá, cria uma expectativa que a gente vai pagar por isso. Então, meio que foi uma escolha que a gente teve. Eu tento dar o mínimo possível de exemplos da minha vida, para não ficar parecendo que eu tô batendo currículo. Daí eu uso o exemplo de outras pessoas, tipo, Terno Rei tá aí há 10 anos, ele só viraram dois anos atrás. Os últimos oito anos eles puseram dinheiro na carreira deles, você tem como pôr dinheiro na sua carreira? Não? Então você tem que dar um jeito e ver de onde esse dinheiro vai vir. Você vai trabalhar um ano no emprego, guardar dinheiro e investir na sua carreira? Você vai ficar tentando o primeiro edital da sua vida, o primeiro Natura [Musical], o primeiro ProAC [Programa de Ação Cultural do Estado de São Paulo]? A gente é super-realista nesse assunto de dinheiro. Às vezes eu acho que nos últimos anos, com a pandemia e tudo mais, as artistas deram um retrocesso no entender e investir na sua própria carreira. Porque a assessoria [de imprensa] não dá mais o retorno que dava há cinco anos. E eu acho que essa era a coisa mais palpável que elas tinham. Tipo ‘eu pus mil reais aqui e eu tenho todos esses links’ a partir do momento que eu tô pondo mil reais e os links estão diminuindo, o que eu faço? Meu investimento tá indo pra onde? Aí, sei lá, impulsionam post no Instagram sem ter direcionamento nenhum. Também não dá certo. Se você só impulsionar sem ter inteligência por trás daquilo, não dá certo. E as vezes investir que você precisa na sua carreira, não é nenhuma dessas coisas. (TOMÁS, 2022)

Em janeiro de 2022, a PWR Records tornou-se tema de um estudo de caso publicado no relatório anual da ABMI, em que Letícia Tomás conta sobre a história do selo e como se deu o crescimento do selo (ABMI, 2022). Com o mercado de shows aquecido no quase-pós pandemia, o selo retornou com a agenda de apresentações e, neste ano, contou com 22 shows em São Paulo; dois shows no Paraná; um show em Pernambuco, um show no Distrito Federal, um show no Rio de Janeiro e um show no Rio Grande do Sul. Em junho, a PWR Records foi indicada pela revista *Vice* brasileira e premiada pelo *Ballantine’s True Music Fund*, em reconhecimento pelo trabalho em diversidade e inclusão de minorias de gênero na música. A premiação consiste em um suporte de 100 mil libras (cerca de 638 mil reais) e gerou um documentário<sup>44</sup> curta- metragem que conta com falas de Letícia Tomás, e das artistas Cacau de

<sup>44</sup> O documentário curta-metragem está disponível na playlist criada para esta pesquisa: <https://bit.ly/playlistfmi>

Sá (Mulamba) e JUNE. Em dezembro de 2022 as artistas do *casting* fixo são Viridiana, Lori, Troá, Gabriela Brown, JUNE, Isis Broken, TØSCA, Mulamba e Mariana Cavanellas (PWR, 2022). Durante o ano de 2022 a PWR Records conseguiu superar a quantidade de lançamentos dos anos anteriores (Tabela 2).

Tabela 2 - Lançamentos PWR Records durante o ano de 2022

<b>Lançamentos PWR Records 2022</b>		
<b>Formato</b>	<b>Título</b>	<b>Artista</b>
EP	Ilumina Sonastério	Mariana Cavanellas
Álbum	Crying for Attention	JUNE
Álbum	Será só aos ares	Mulamba
Álbum	Mansinha	LUMANZIN
Single	Devagar	Mariana Cavanellas
Single	Kintsugi	Mariana Cavanellas
Single	Prison of My Mind	Lori
Single	Descese	Tori
Single	My Love is Right	Laure Briard
Single	Fim do Mundo	LUMANZIN
Single	Bença	Mulamba
Single	Part Time Love	JUNE
Single	Dies Irae	Tori
Single	I Doubt	JUNE
Single	Electricity	JUNE
Single	Corpo d'água	BRUNNE
Single	Através	Paula Rebellato
Single	Tão Bom	Mariana Cavanellas
Single	Rio	Canto Cego
Single	Dia a Dia	LUMANZIN
Single	Lascívia	Mulamba



Single	Aqueles Homens	Mariana Cavanellas
--------	----------------	--------------------

Fonte: Elaborada pela autora, 2023.

### 3.2 Feminismo da quarta onda e um modelo de negócio

A ideia de troca entre mulheres é muito presente no selo musical, que traz como lema “Mulher não é gênero musical. Mulher não é nicho. ‘Ser mulher’ é a narrativa que a gente se insere” (PWR *apud* BANDCAMP, 2022). Ou seja, acredita-se que ser uma mulher na indústria da música deve ser muito mais sobre a opressão de gênero e sim, sobre fazer música, criar arte. Esta forma de encarar a música produzida por mulheres vai de encontro ao que o mercado e a imprensa consideram ser uma *mulher* na indústria musical. No início, a PWR Records recebia influências do que Letícia observava no curso de Artes Visuais, na UFPE, e o feminismo que aparecia nas ações do selo era voltado para o interseccional, porém, hoje orienta-se pelo viés do feminismo marxista.

Me acho mais marxista com uma perspectiva decolonial, sem colocar a decolonialidade como uma vertente, mas sim como uma perspectiva de estudo. Os dois andam muito lado a lado, Maya Angelou tá [sic] falando disso, bell hooks falava... Porque é entender como o imperialismo não pode reger nossas vidas. E é anticapitalista, não tem como ser só feminista e não ser anti- homofobia, antirracista. E todas as opressões, de acordo com o marxismo, elas vêm da nossa estrutura social (TOMÁS, 2022).

Como encarar o fato de que o mercado da música atual exige que a artista venda a sua música e a si própria, como um produto, quando se tem uma visão marxista do mundo?

Sou conservadora nesse sentido. Quando a Madonna fez isso, mil anos atrás, fazia sentido porque naquela época a gente realmente achava que o empoderamento individual, o feminismo ultraliberal, vai libertar esta mulher. E depois a gente saca que tudo isso é uma demanda do mercado pelo corpo, é uma demanda do mercado pela sexualidade. Li num texto que falavam sobre a Luísa Sonza e que usavam o termo *capital erótico*. A gente vai ter o capital social, o capital intelectual, o capital financeiro, e o *capital erótico*. Mas tá certo a gente transformar isso num capital? Tá [sic] certo a gente transformar isso num bem? Isso não fortalece o que anos e anos foi falado, que a mulher só chega naquele lugar dando para o fulano? Porque isso é o exato capital erótico. ‘Ela chama a atenção porque tá [sic] no palco, seminua’. Pra [sic] mim foi demais, querem capitalizar tudo que a gente tem, até o nosso corpo! E a gente pode fazer uma análise da Marina Senna, quando ela lançou o disco, ela tinha uma postura, e daí ela foi ficando cada vez mais pop, porque a música viralizou, e cada vez mais sensual, cada vez menos roupa. Tipo, sim, você usa a roupa que você quiser no palco, mas a gente tem que olhar pra isso de uma forma crítica, do nosso trabalho. E a crítica não é a essas artistas individualmente, é como o mercado reage a isso (TOMÁS, 2022).

A PWR Records procura contornar essa exigência do mercado da música investindo no processo de curadoria das artistas para o selo, que embora se concentre no indie rock, tem a flexibilidade de abraçar o pop e o R&B, desde que seja dentro da proposta que o selo tem de unir qualidade artística e potencial comercial. Ainda durante a pandemia, em 2021, antes de iniciar o primeiro contato com as artistas, o selo começou a enviar um formulário para entender como a artista pensa e como ela age.

Neste formulário dá para entender muito bem como é o perfil de cada artista. Porque tem umas perguntas muito claras que é tipo... Quem é a sua referência de carreira? Eu não quero saber qual é a sua referência sonora, mas se fosse pra dizer... Hoje eu queria ser fulana. Quem é essa fulana? Aí tem gente que põe a Anitta. E tá [sic] muito longe de ser a Anitta, né? Mas sei lá. Tudo bem, sonhar com isso. Qual seu maior sonho? Aí tem gente respondendo coisas super utópicas: 'Meu sonho é que todas as mulheres sejam livres', não sei o que, não sei o que lá. 'Paz mundial'. Já sei que isso aí não funciona. Durante a pandemia eu testei esse formulário para uma mentoria coletiva, sabe? Eu tirava uma hora ali e a gente conversava sobre e eu tentava ser o mais franca possível, tipo, 'o que você precisa é de um produtor musical' ou 'o que você precisa é mudar a sua estética'. Nesta época da mentoria eram cinco artistas e uma delas tinha uma estética meio Evanescence, sabe? Ultra datada, eu tentei falar isso pra ela, a estética dela lembrava metal, mas o som dela era Phoebe Bridgers (TOMÁS, 2022).

O formulário – fornecido gentilmente pela PWR Records para esta pesquisa – traz de início um texto que define o selo como empresa, enquanto compartilha o vídeo teaser<sup>45</sup> que conta a história e objetivos do selo:

Somos um grito de alerta; valorizando, divulgando e incentivando o crescimento de mulheres na música. Somos selo, agência, produtora e podcast, todos com impacto social positivo - o que nos torna um lab de criação sociocultural. A nossa organização parte de um diagnóstico e consultoria de carreira com a artista, e posteriormente definimos modelos de trabalho caso a caso, tratando de distribuição, planejamento, consultoria, inscrição de editais, agenciamento com foco em festivais e turnês, e apoio burocrático nas mais diversas frentes (PWR, 2022)

As perguntas presentes no formulário são:

- (1) Conta pra [sic] gente quem é você?
- (2) E-mail;
- (3) De onde você/sua banda é?
- (4) Mostra pra gente suas redes sociais. Cola aqui os links!
- (5) O que você precisa pra sua carreira?
- (6) Onde você acha que nós podemos ajudar? Distribuição, Registro e direitos autorais, Agenciamento de turnês, consultoria e/ou planejamento, merch, financiamento, assessoria, editais, outro;
- (7) O que você já tem produzido até agora?
- (8) E quais seus próximos passos?
- (9) Quais seus sonhos e objetivos com a música? Seja objetiva, tente nos falar com

<sup>45</sup> O vídeo teaser que apresenta a PWR Records está presente na playlist no YouTube criada especialmente para esta pesquisa: <https://bit.ly/playlistfmi>

prazos e situações possíveis;

(10) Quais são suas referências DE CARREIRA? (Nesse caso, não são artistas que a música te inspira, mas que você pensa que pode chegar naquele mesmo nível);

(11) Você se vê em algum nicho? Qual?

(12) Tem um release pra nos enviar? Adicione o arquivo;

(13) Nos mostre seu som. Pode colar aqui um link de algo já lançado ou um link privado de demo/música ainda não lançada. (PWR, 2022)

É a partir das respostas deste formulário também que a PWR Records define qual será a estratégia para esta artista. São dois tipos de contrato:

(a) O 360 é destinado para as artistas que o selo vê um potencial comercial imediato maior, que pode dar retorno nos próximos seis meses, um ano. É nele que elas vão atuar de forma mais próxima, investindo dinheiro, fazendo a venda de shows e a distribuição. Neste tipo de contrato estão artistas como o duo Troá, a cantora Mariana Cavanellas e a banda Mulamba;

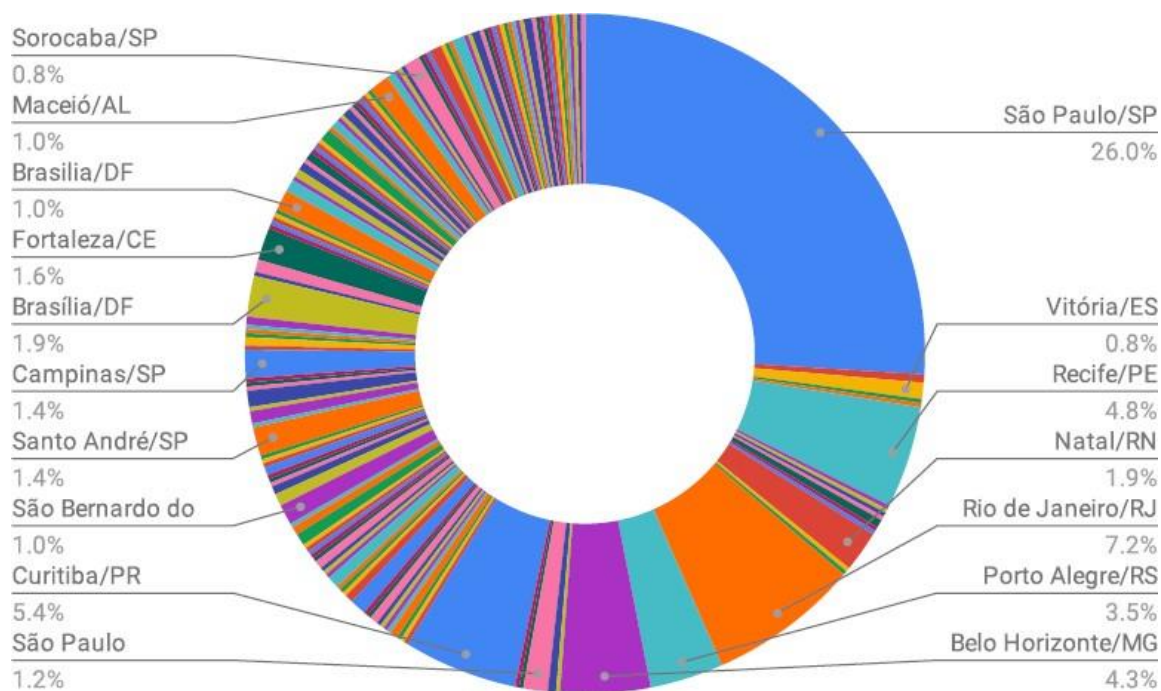
(b) já no *standard* o selo fica responsável pela distribuição e conecta a artista para outras profissionais no mercado, mas sem se comprometer a fazer o *booking* exclusivo.

Mesmo que no formulário seja possível identificar os objetivos das artistas, onde elas querem chegar na carreira, é preciso lidar com a quebra de expectativas, seja por determinada música não ter apelo comercial ou ter uma produção precária. De acordo com Tomás (2022), é comum chegar uma grande quantidade de músicas para ouvir - de novas artistas a fim de fazer parte do selo - e nem sempre a canção está preparada para a divulgação. Os artistas independentes geralmente, confiam funções importantes da criação musical, como a produção, mixagem e masterização aos amigos que também estão em início de carreira. Este tipo de parceria, embora seja vantajoso financeiramente para o artista, pode prejudicar a qualidade da música (TOMÁS, 2022). Neste momento, Letícia Tomás (2022) conta que existe a dificuldade em definir se a música é ruim ou é mal produzida e o quanto essa resposta negativa pode afetar a relação entre selo e artista. Para sanar este problema, Tomás (2022) avalia que é preciso “mudar a mentalidade das artistas” trazendo mais mulheres para trabalhar em todas as funções disponíveis na indústria da música para que uma profissional possa ser franca com a outra, criticando os aspectos da música que merecem atenção e que podem ser melhorados sem receio de ser mal vista (TOMÁS, 2022).

A baixa quantidade de mulheres na música é uma reclamação recorrente de quem atua na área. Em pesquisa recente da UBC (2022), a participação percentual das mulheres na categoria de produção fonográfica aumentou de 3% (2019) para 7% (2022), o que só confirma a fala de Tomás. Muito mais do que apenas uma percepção, a PWR Records trabalha, até hoje, com a planilha que originou o selo. O *Mapeamento de Mulheres e Pessoas Não-binárias na*

*Música Independente*<sup>46</sup>, ainda está ativa e a última atualização se deu em 28 de setembro de 2022. O documento possui até então 530 projetos musicais com mulheres registrados. Abaixo compartilho as métricas realizadas pelo selo PWR Records em relação ao preenchimento da planilha (Gráficos 5, 6 e 7).

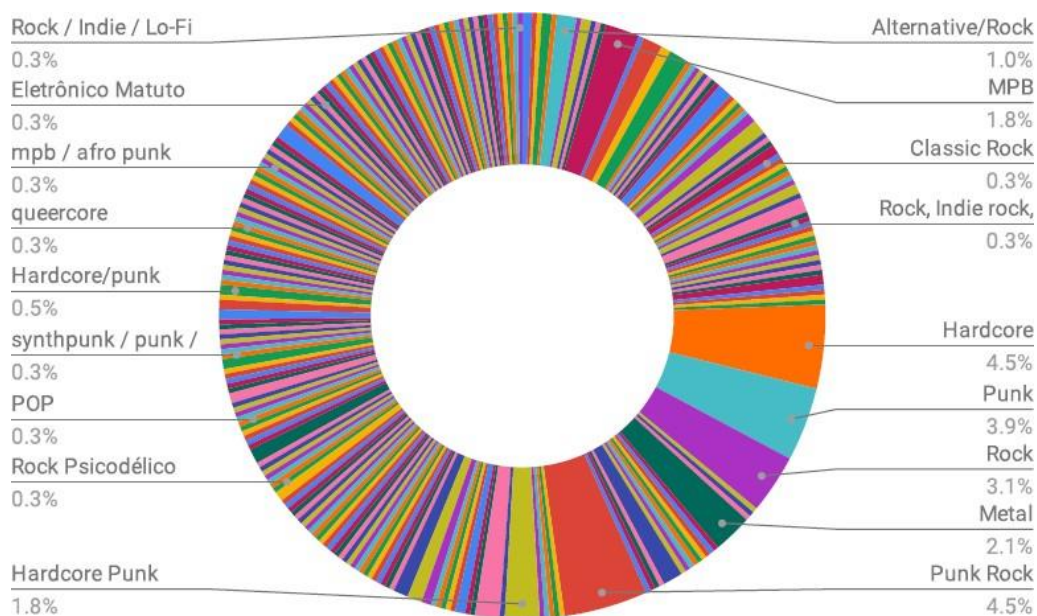
Gráfico 4 - Onde estão as mulheres e pessoas não-binárias da música no Brasil?



Fonte: *Mapeamento de Mulheres e Pessoas Não-binárias na Música Independente*, 2022.

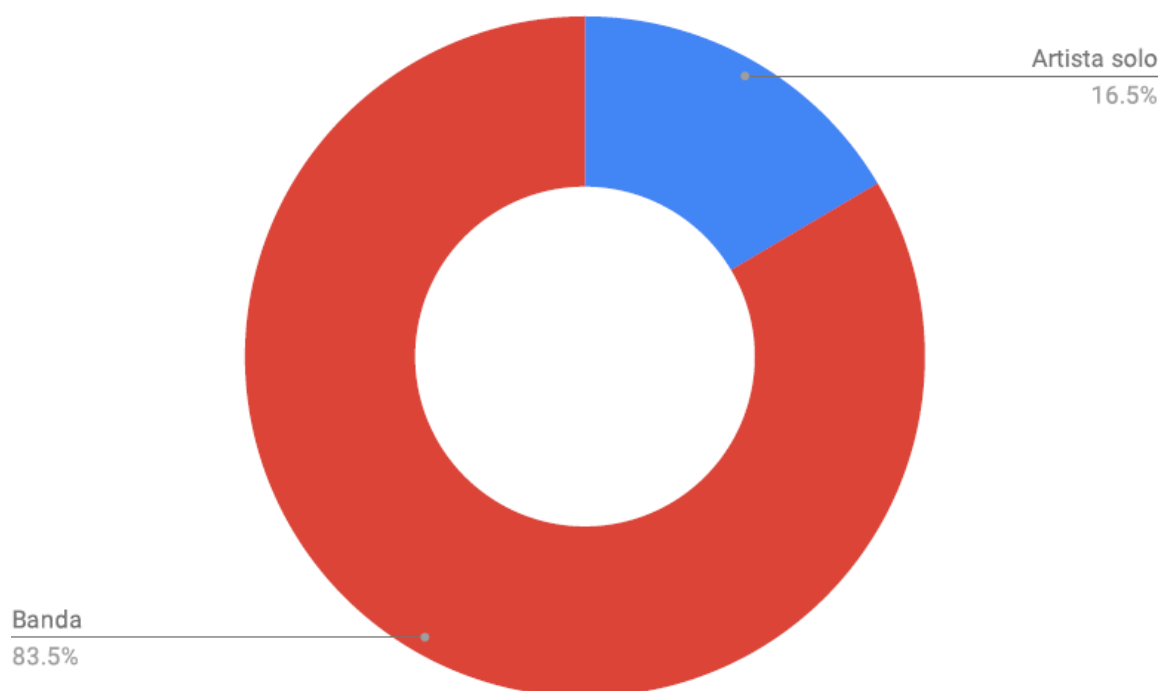
<sup>46</sup> O link para acesso da planilha pode ser encontrado em <https://bit.ly/MapeamentoPWR>

Gráfico 5 - Quais gêneros musicais tocam essas mulheres pessoas não-binárias?



Fonte: *Mapeamento de Mulheres e Pessoas Não-binárias na Música Independente, 2022.*

Gráfico 6 - Se prevalecem projetos solos ou bandas?



Fonte: *Mapeamento de Mulheres e Pessoas Não-binárias na Música Independente, 2022.*

Conforme podemos observar no Gráfico 5, a cidade de São Paulo (SP) é a que concentra o maior número de artistas e bandas, com 26% dos resultados. Seguido por Rio de Janeiro (RJ), com 7,2% das artistas e Curitiba (PR), com 5,4%. Este alto número de projetos musicais

percebe-se também no casting da PWR Records, que tende a contar com mais artistas paulistas do que de outros estados, embora incentive a entrada de iniciativas fora do circuito sudestino. Possivelmente pelo valor feminista que a empresa possui, o gênero que mais aparece na planilha do Mapeamento, no Gráfico 6, é o Hardcore e o Punk Rock, ambos com 4,5%, subgêneros musicais conhecidos por letras e posicionamentos a favor de pautas feministas e voltadas para os direitos humanos. O Gráfico 7 traz o dado surpreendente que, pelo menos na música independente, prevalece a existência de bandas, com 83,5% contra apenas 16,5% de artistas solo. O que surpreende nestes dados é que a crença comum é de que somos um país de cantoras, o que pode até ser verdade na música popular, mas a cena de música independente, conforme nos mostra o *Mapeamento de Mulheres e Pessoas Não-binárias na Música Independente* é bem diferente.

Mesmo sendo de Pernambuco<sup>47</sup>, estado fora do circuito comercial da indústria da música (que se concentra em Rio de Janeiro e São Paulo), o selo PWR Records tenta trazer a pauta da valorização da mulher na música por meio de seu posicionamento feminista: “Somos muitas, mas ainda somos poucas ocupando lugares de destaque, tanto na frente quanto atrás dos palcos. Aos poucos o movimento natural da cena foi não conseguir ignorar mais nossa presença, mas ainda estamos bem longe de uma situação igualitária” (TOMÁS *apud* CHIOCCARELLO, 2017). Prova desta distância de igualdade é o relatório *Por Elas Que Fazem a Música* (UBC, 2022) que mostra o crescimento de 8 mil novos associados, e 18% deste total foram mulheres, mesmo assim, somamos apenas 16% do total de associados em 2021 (UBC, 2022, p. 4). A indústria da música repete o padrão de outras profissões e instrumentistas, compositores, criadores, técnicos, engenheiros e produtores são em sua maioria, homens (LEONARD, 2007, p. 24). Na mesma pesquisa, realizada entre o quadro de associadas da UBC, também se nota os percentuais de mulheres compositoras, autoras, intérpretes, versionistas e produtoras nas regiões, com a região Sudeste liderando por 63%, seguida pela região Nordeste (15%), Sul (10%), Centro-Oeste (8%) e Norte (2%).

Com seis anos de atividade, o selo que nasceu de um mapeamento, continua com o objetivo de “potencializar mais mulheres por meio da música” (PWR, 2022), e para alcançar este objetivo elas se dividem entre selo e produtora, sempre contando com mulheres no casting e nas posições administrativas da empresa.

Os serviços oferecidos pela PWR Records incluem distribuição, editora, licenciamento

---

<sup>47</sup> O estado localizado na região Nordeste conta com apenas 15% de representatividade na UBC, de acordo com pesquisa da mesma entidade publicada em 2022, enquanto as mulheres da região Sudeste contam com 63% do quadro total de associadas

e merchandising, assessoria de imprensa, estratégia de lançamento, *branded content*, mentoria, produção de editais e aulas/palestras. De acordo com dados fornecidos pela PWR Records, em seis anos de existência, o selo já lançou mais de 150 músicas e trabalhou com mais de 30 bandas e artistas solo trabalhou com mais de 30 bandas e artistas mulheres, entre elas: Tori (SE), Laure Briard (França), Lori (SP), Mariana Cavanellas (MG), Isis Broken (SE), Gabriela Brown (ES), Viridiana (RS), Troá (RJ), Mulamba (RS), Paula Rebellato (SP), Japer e a Gana (SP), JUNE (SC), Lalalaura (SP), Canto Cego (RJ), LUMANZIN (SP), Ipásia (SE), Gaiivota Naves (DF), Bel\_Medula (RS), PAPISA (SP), Cora (PR), katze (PR), Walkstones (SP), Não Não-Eu (MG), In Venus (SP), TØSCA (SP), My Magical Glowing Lens (ES), Luísa e os Alquimistas (RN), Brunne (RJ); Winter (EUA), Musa Híbrida (RS), Ema Stoned (SP), Six Kicks (MS), Miêta (MG) e Def (RJ). Além de ter levado artistas para festivais nacionais e internacionais, tais como Festival Bananada (GO), SXSW (Texas, EUA), Rec-Beat Apresenta (PE), SIM São Paulo (SP), Luz Del Fuego (ES), entre outros.

No mercado da música independente existem outras iniciativas que trabalham com mulheres, até de maior visibilidade, como é o caso da WME (*Women's Music Event*), porém é preciso atentar às atitudes atreladas às iniciativas. A WME é uma premiação que pede por mudanças, sem propor mudanças, apontando apenas para os problemas, enquanto ignoram a existência das artistas independentes (TOMÁS, 2022), ao continuar investido em artistas mulheres que já estão no *mainstream* ou no *midstream*<sup>48</sup> como Majur, Preta Gil, Pitty. Colocando, como exemplo da premiação de 2021, a banda independente de Curitiba (PR), Mulamba concorrendo com a Marília Mendonça, na categoria Videoclipe (WME, 2021), insistindo em uma competição assimétrica e sem razão (TOMÁS, 2022).

A situação das mulheres na música não é satisfatória, porém é importante destacar os avanços que a união destas artistas dentro do selo conseguiu realizar, ainda que em menor escala. Em conversa com as artistas<sup>49</sup> que fazem parte atualmente da PWR Records, pôde-se notar que os principais motivos que as leva a buscar o apoio de um selo é a parceria de ter alguém ajudando a concretizar os objetivos de carreira, auxiliando também na produção, na organização e dando direcionamentos das melhores estratégias para comunicação nas redes sociais e com a imprensa, além da marcação de shows (LORI, 2022; LUMANZIN, 2022;

---

<sup>48</sup> Midstream é uma denominação utilizada para artistas independentes que são grandes demais para estarem no *underground* e pequenos demais para estarem no *mainstream*, ou seja, conhecidos por toda a mídia e sociedade. Nesta categoria estão inclusos nomes como O Terno, Francisco, el Hombre, FBC e Duda Beat.

<sup>49</sup> A entrevista foi realizada com a cantora Clarissa Celori, a Lori, de 24 anos; Luísa Manzin, a LUMANZIN, de 25 anos; e o duo TØSCA, formado por Letícia e Alice, de 29 e 27 anos, respectivamente.

TØSCA, 2022).

Eu sempre fui por conta própria. Comecei só, e aí eu comecei a pensar se dava mesmo para fazer uma carreira sozinha. Acho que também não adianta nada você querer fazer parte de um selo, mas ser um bagulho que não combina com você. E acho que a PWR fazia sentido pra mim. A PWR já era um selo que eu flertava, que eu admirava. Acho do caralho, assim, ser um trampo de minas, e é isso que eu quero também pra minha carreira. Então acho que foi a vontade de realmente me inserir mais, começar a fazer mais shows, conhecer mais gente, ter estrutura de lançamento, tudo, né? (LORI, 2022)

De acordo com os relatos das artistas que fazem parte do casting, fazer parte de um selo independente torna a tarefa de trabalhar na música menos difícil, contando com a companhia de uma empresa que atua como parceira na administração de uma carreira na música, que hoje também envolve a produção de conteúdo. “O que eu consigo fazer sozinha chega a certo lugar, e aí com a Letícia esse lugar é exponencializado” (LUMANZIN, 2022). As artistas Lori e LUMANZIN contam que foi a partir da profissionalização da carreira na música, alcançada com o incentivo da PWR Records, que elas conseguiram ter o seu primeiro show com cachê na carreira (LUMANZIN, 2022; LORI, 2022). Já no caso do duo TØSCA, foi a oportunidade de serem conhecidas além da cena de Campinas (SP), “a gente era só uma banda de mulheres de Campinas. Ninguém se importa com a música de Campinas. O selo expandiu isso, não são só nossos amigos que vão ver a nossa publicação no Instagram, é toda a rede da PWR” (TØSCA, 2022). Ser um selo criado por mulheres com foco em mulheres ajuda na escolha destas artistas, mas não é tudo. Foi unanimidade nas respostas das artistas de que o termo *selo feminista* não foi tão relevante para a escolha.

Eu não sei se o uso do termo ser feminista foi tão relevante assim pra mim ou não. Porque, querendo ou não, ser mulher faz parte do nosso contexto. É uma prática, é uma vivência, é sermos uma banda de mulheres num meio musical que é tão masculino. Então, saber que a PWR é conduzida por uma mina e tem esse olhar focado em mulheres, não é ser feminista em si. É saber que a gente teria um cuidado um pouco maior no contexto geral. Tipo não levar num rolê tosco e não fazer contatos com, sei lá, imprensa tosca. Coisas que estão longe do tipo de experiência que a gente quer passar, sabe? Mas não é tipo SER FEMINISTA, é saber que a gente pode contar com uma pessoa que vai lidar com a gente como pessoas normais. Que não é o que acontece na indústria musical, sabe? Sempre rola a pergunta: como é ser mulher na música, né? É só isso, ser mulher é fazer música. (TØSCA, 2022)

O machismo na música é algo estrutural, mas medidas para superar esse cenário têm sido tomadas. Nas redes sociais têm se tornado comum os *lineups*<sup>50</sup> fantasmas contando somente com mulheres, além de perfis no Instagram que denunciam a falta de mulheres nos

<sup>50</sup> Lineup é o termo em inglês para a lista de atrações que tocam em um festival. No caso dos lineups fantasmas é uma expressão para uma lista de atrações que não existem, que são apenas aspirações dos fãs.



festivais. Tomás (2022) avalia que esse tipo de conteúdo mais prejudica a causa do que ajuda, destacando que são vários fatores que prejudicam a contratação de mulheres para a curadoria de festivais, indo de uma curadoria misógina, como é o caso do Festival João Rock, realizado em Ribeirão Preto (SP), que nunca tem artistas mulheres como *headliner*<sup>51</sup>; ou questões logísticas. “É essa sensação invisível de que a rede social vai mudar as coisas e não vai. Engajamento nas redes não é a garantia de que um artista é bom ou ruim, ou que um artista vende ingresso ou não vende. É uma ilusão” (TOMÁS, 2022). Em relação ao mercado de música independente, as artistas entrevistadas, que vão da música instrumental experimental até o pop, contaram que antes da pandemia existia um sentimento de que era mais fácil conseguir fazer shows e que números em redes sociais não eram tão importantes. A artista LUMANZIN, com pequenas turnês por países da Europa, principalmente Inglaterra e Albânia, analisa o mercado da música antes e após a pandemia e conta que anteriormente era possível realizar apresentações com uma maior facilidade. Atualmente, LUMANZIN (2022) observa que números de plays em plataformas de streaming ou uma grande quantidade de seguidores nas redes sociais importam mais do que a música que é criada. Em outros países pelos quais já tocou ela destaca que “não querem saber quem é você. Não importa. Em Londres eu toquei uma vez e saí com três shows marcados” (LUMANZIN, 2022). A cultura de shows no Brasil, de acordo com as entrevistadas, é diferente do Brasil para a Europa, em que nos outros países os shows são impulsionados pela vontade de sair de casa, sem se importar com quem está tocando. No Brasil, até antes da pandemia, “a galera ia pelo rolê porque tava mais barato o ingresso. Então era mais fácil arriscar dessa forma. Agora é bem isso, a casa do show comporta 70 pessoas e só *booka*<sup>52</sup> quem vai vender pelo menos 60 ingressos” (TOMÁS, 2022).

Mas eu acho que tem um outro ponto relevante entre países, que é a diferença de não ter que escolher se você vai comer ou se você vai dar rolê. Tipo, você tem grana pra um rolê no mês, todos os rolês estão relativamente caros pós- pandemia, você vai escolher um que você quer, que você vai saber o nome [do artista], você vai saber quem vai estar lá de amigo, quem não vai. Então, eu acho que isso muda muito também. Tipo, [primeiro] você tá garantindo o seu mês, o seu rango, suas contas, e aí sair. A dinâmica de sair ou não é outra. (TØSCA, 2022)

A questão de como se manter na música no pós-pandemia se faz muito presente no

<sup>51</sup> Headliner seria a atração que fica no topo desta lista mencionada anteriormente, são os destaques do evento, os principais artistas do festival.

<sup>52</sup> O anglicismo *booka* e *bookar* vem do termo em inglês *booking*, que por sua vez, pode ser traduzido como reservar, agendar. No contexto musical, o booking é o ato de marcar um show em determinado lugar e/ou evento. Geralmente, quem realiza este agendamento é o profissional chamado booker.

sentimento das artistas em relação ao futuro. Para Tomás (2022) as políticas públicas culturais funcionam como trabalho de base, para formar mais eventos e incentivar a ida do público aos locais. Porém, ela se sente incrédula em relação aos incentivos federais a longo prazo – como os da Fundação Nacional de Artes – em que ela cita a cena cultural em Pernambuco, seu estado natal, em que os eventos só acontecem se houver investimento do Funcultura – Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura, e que isso gerou uma dependência nos produtores e artistas.

Eu vejo como isso prejudica muito a produção cultural de lá, porque sei lá, por 20 anos tiveram a Funcultura dando dinheiro, daí em algum momento, não é você que é premiado pelo edital. Se você não receber o dinheiro da Funcultura, você não vai produzir nada, saca? Isso é muita confusão. Eles não criaram nenhuma relação com os outros players... O público não paga ingresso porque a Funcultura é de graça. Não compra disco, não vai em show, não cria relacionamento com o público. A Karina Burr postou um dia desses, uns dois meses, como ninguém chamava ela pra tocar, porque ela não tava conseguindo produzir um disco, eu acho isso muito sintomático de como a carreira dela se formou nessa bola de neve que é depender sempre do Estado para fazer as coisas. (TOMÁS, 2022)

A solução em termos de políticas públicas para Tomás (2022) seria implantar no Brasil, tal como acontece na França, a isenção de imposto para comprar certos equipamentos, para casas de show no primeiro ano de funcionamento, com vários sistemas de estímulos sem fazer com que o artista dependa do Estado. Portanto, acredita-se que para conseguir o avanço das políticas públicas culturais é preciso que o Estado seja capaz de assumir riscos, investindo em ações que preservem o seu patrimônio cultural, enquanto se afirma como potência econômica, tornando-se essencial para um “novo desenvolvimento, ecologicamente sustentável, economicamente sustentado e socialmente inclusivo” (DE MARCHI, 2014, p. 195). E ainda, de acordo com Mazzucato (2014, p. 17), o papel do Estado não é o de ser inovador e dinâmico, mas sim de usar o seu tamanho para incentivar a inovação e pesquisa por parte da sociedade “o Estado pode não apenas facilitar a economia do conhecimento, mas efetivamente criá-la com uma visão arrojada e investimento específico” (MAZZUCATO, 2014, p. 18). Embora seja preciso destacar que as políticas culturais no Brasil não vêm de um bom lugar, seguindo tristes tradições que podem ser resumidas nos termos: ausência, autoritarismo e instabilidade (RUBIM, 2007, p. 1), como visto no último governo (2019-2022) que não somente deu fim ao Ministério da Cultura, como cortou 85% do Fundo Nacional de Cultura - FNC (RELATÓRIO, 2022, p. 23). Desta forma, podemos notar que pensar coletivamente, como acontecem nos selos independentes, parece ser um caminho seguro para continuar a transformação do mercado da música por meio do feminismo, fazendo com que mais

mulheres possam trabalhar na indústria da música sem passar por situações de assédio, estupro e humilhações, além de também poder contar com o apoio de outras profissionais, dispostas a caminhar juntas para uma transformação igualitária envolvendo gênero, raça e classe social.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente dissertação de mestrado constituiu-se em uma tentativa de investigar uma faceta da relação profunda e variada entre a indústria da música, o feminismo e o ativismo, a partir da perspectiva do selo musical PWR Records. Também buscamos contribuir para o desenvolvimento de mais conteúdos acadêmicos abordando estudos de gênero e feminismo dentro da indústria da música. Identifica-se como um esforço de estudar de que forma a indústria da música tem se tornado uma plataforma para divulgar pautas feministas de igualdade entre os gêneros e valorização do trabalho executado por mulheres. Pensar a indústria da música sob um viés feminista significa reconhecer como se constroem movimentos artivistas (SEMOVA, 2019, p. 12) nos sistemas da música independente. Ainda que reconheçamos a importância do feminismo dentro de uma área tão machista como é a indústria da música, isso não resolve o problema estrutural. Porém, notamos que a PWR Records destaca-se como uma importante iniciativa ao reunir dentro da indústria da música uma série de artistas e profissionais que enxergam o feminismo como uma ferramenta importante para o aumento de mulheres na área.

Como pudemos observar, por meio das transformações na indústria da música, a criação de selos independentes tornou-se mais fácil e prática, como por exemplo, a facilidade em adquirir equipamentos para gravar as novas artistas a um baixo custo, no caso dos selos que atuavam também como gravadoras; já para os que atuavam na distribuição de fonogramas, a digitalização da música, posteriormente sendo trabalhada também via plataformas de streaming, fez com que esta etapa da divulgação musical se tornasse menos custosa; e ainda, o planejamento de turnês e de shows foi facilitado graças à comunicação por meio da internet, principalmente em grupos dedicados à música independente nas redes sociais, que permitiram que artistas e fãs tivessem uma relação direta sem intermediários. Constatamos ainda que certas configurações contemporâneas, tais como o acesso à diversidade cultural por meio da internet, favoreceram a disseminação do feminismo na indústria da música, permitindo também, posteriormente, que por meio de grupos e coletivos online fosse realizado o contato entre artistas e profissionais. Nestes contextos sociais, as experiências de selos de São Paulo e de Pernambuco acontecem juntas, em uma rede que lidava com os mesmos problemas e superações. Esta troca de vivências foi uma das bases para a formação do selo PWR Records.

Pudemos observar também que a presença do ativismo na reconfiguração da indústria da música na contemporaneidade, exposto por meio do estudo de caso, foi essencial para que

o selo trouxesse desde a sua fundação o intento feminista de potencializar mulheres na música. Surgido por meio do descontentamento em relação à baixa quantidade de mulheres na indústria da música, a PWR Records também se tornou um ambiente seguro para as trabalhadoras da música, analisando sua trajetória e a estrutura de negócio, como também as respostas nas entrevistas, entendemos que a questão do feminismo ajudou o selo a se conectar com artistas mulheres. Há também de se ressaltar a importância de iniciativas como a mentoria gratuita, realizada online durante a pandemia, que foi essencial para que o selo fosse posicionado estrategicamente neste lugar de selo feminista de música.

A PWR Records cresceu durante o período pós-impeachment e sobreviveu ao governo Bolsonaro, quando alguns selos que também atuavam em prol do protagonismo de mulheres na música tiveram um fim. Como abordado anteriormente, música e política estão intrinsecamente ligadas, e uma das formas de lidar com a voracidade do capitalismo é trazer novos significados para a arte, permitindo aos artistas que possam viver de uma outra forma, de maneira ampliada (CHAIA, 2007, p. 9). No primeiro capítulo, diferente do que tinha estudado até então nos artigos e livros sobre mulheres na música, quis trazer a visão do que era o feminismo no Brasil. Meu objetivo com este caminho foi destacar que somos um país em que o feminismo surgiu diferente, enquanto nos países da Europa e América do Norte se pedia pelo sufrágio feminino, nós ainda estávamos pedindo pelo direito de ler e escrever. Começamos a luta em lugares diferentes, portanto, me parece ilógico continuar usando a narrativa alheia para justificar os nossos avanços e fracassos. Foi assim que recorri às definições de fluxos e refluxos – ao invés de ondas - da socióloga e professora da USP, Eva Blay, uma das principais feministas do país e representante da ONU Mulheres no Brasil. Ainda no primeiro capítulo, abordamos a luta política das mulheres no país por meio da arte que surge da borda, de não-artistas, de quem está fora da norma e deseja alterar o *status quo*. Quando comecei a ler sobre o ativismo foi como se uma maçã caísse sobre minha cabeça : era isso que a PWR Records fazia e significava para a cena da música independente, ela foi fundada por mulheres descontentes com o mercado da música e acabou atraindo centenas de artistas mulheres e não-binárias que também não se conformavam com o que encontravam nos shows, nas revistas, nos blogs, sites e playlists, afinal, onde estavam as mulheres artistas do país? O selo foi uma resposta a esta pergunta, ainda que não se autodenominasse como prática ativista. Durante a pesquisa, pude encontrar exemplos que confirmaram a suspeita inicial, seja pelo posicionamento feminista em cada atividade pública ou interna, ou por se manter como um selo gerido por mulheres e pensado para mulheres dentro de uma indústria da música em que o machismo ainda persiste.

No segundo capítulo quis entender as transformações da indústria da música digital, enquanto também buscava aprender mais sobre como se formou a cena independente de música que hoje a PWR Records faz parte. Queríamos registrar, ainda que humildemente, um pouco da história do mercado independente, o que veio antes e foi desafiador para o contexto da época. Foram estas iniciativas que possibilitaram que a PWR Records pudesse existir. Na segunda parte deste capítulo busquei unir o feminismo e a música, e como a onda de *girl power* presente nas décadas de 1990 e 2000 foram capazes de influenciar iniciativas de cunho feminista, como a PWR Records, que inclusive teve o seu nome inspirado neste movimento feminista liberal que trazia a Margaret Thatcher como representante, diziam as Spice Girls (LUCCHESI, 2016, p. 64). A exploração pelos meios de comunicação do feminismo como *commodity* fez com que empresas pudessem assumir esta posição sem pensar que poderiam perder clientes, e desde então estamos numa era em que é exigido de empresas e de artistas o posicionamento político. Na experiência da PWR Records, a prática ativista encontrou terreno com uma tendência mercadológica que, até então, tem funcionado para que o selo continue existindo e movimentando a indústria da música independente a partir de preceitos feministas como a solidariedade entre mulheres.

As entrevistas que embasaram o estudo de caso da PWR Records renderam, no total, quatro horas de conversa que abordaram a criação do selo, as dificuldades superadas, as mudanças necessárias para o crescimento de um empreendimento e as visões das artistas que hoje fazem parte do *casting* da empresa. Durante estas entrevistas foi possível notar caminhos outros para novas pesquisas sobre o feminismo e a indústria da música, como o aumento de mulheres em posições administrativas na indústria da música em 2022 (produção, assessoria de imprensa); as dificuldades do público brasileiro para retornar a frequentar shows de artistas independentes por motivos financeiros; a dualidade entre o mercado que premia a objetificação feminina, enquanto critica quem sexualiza seu próprio corpo, o capital erótico.

Acreditamos que, a nível acadêmico, o diálogo e o desejo em realizar uma pesquisa preocupada em estabelecer uma relação, mesmo que inicial, com as mulheres da indústria da música, é a contribuição que podemos oferecer. Esta dissertação pode ser vista como um esforço em produzir uma pesquisa acadêmica que não esteja aprisionada à erudição, mas que possa dizer algo sobre a indústria da música para aqueles que pesquisam e trabalham na indústria da música. Não pretendemos encerrar esta discussão, que já havia iniciado, e sim participar deste debate, apresentando questões que subsidiem o debate acerca do feminismo na indústria da música. Esperamos, com isso, ter conseguido plantar o início de outras tantas discussões, sendo, ainda, um desejo da pesquisadora, de que esse diálogo não se limite apenas

à academia.

Estes dois anos de pesquisa me fizeram perceber que a luta é muito mais profunda e muito mais ampla e essa percepção foi o que mais me atingiu durante este período. As barreiras impostas para os avanços das mulheres aparecem em todos os lugares e esta dissertação busca contribuir para as discussões sobre o feminismo, as iniciativas de mulheres, na indústria da música. Mas é preciso avançar para permitir que mais histórias de mulheres sejam contadas, sem que sejamos definidas pelos preconceitos que enfrentamos. Falar sobre mulher na música não é para ser sobre dor, é para ser sobre a experiência de resistir, [re] existir em uma indústria que há décadas insiste em nos excluir. Contar sobre vitórias, soluções, pode inspirar as novas gerações de mulheres – e mesmo as atuais, por que não? – a seguir o que faz o coração bater mais forte, arrepiar os pelos do braço, como só a música é capaz de fazer.

## REFERÊNCIAS

ABMI. **Análise de Mercado da música Independente no Brasil**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira de Música Independente, 2020. Disponível em: <[https:// abmi.com.br/wp-content/uploads/2020/12/relatorio-abmi-2020-v2.pdf](https://abmi.com.br/wp-content/uploads/2020/12/relatorio-abmi-2020-v2.pdf)>. Acesso em: 5 nov. 2022.

ABPD. **Mercado brasileiro de música 2003**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira dos Produtores de Discos, 2004. Disponível em: <[https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mercado\\_Brasileiro\\_de\\_Musica\\_2003.pdf](https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mercado_Brasileiro_de_Musica_2003.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2022.

ABPD. **Mercado brasileiro de música 2004**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira dos Produtores de Discos, 2005. Disponível em: <[https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mercado\\_Brasileiro\\_de\\_Musica\\_2004.pdf](https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mercado_Brasileiro_de_Musica_2004.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2022.

ABPD. **Mercado brasileiro de música 2005**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira dos Produtores de Discos, 2006. Disponível em: <[https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Pub\\_2005\\_final1.pdf](https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Pub_2005_final1.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2022.

ABPD. **Mercado brasileiro de música 2006**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira dos Produtores de Discos, 2007. Disponível em: <<https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Publicacao2006.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2022.

ABPD. **Mercado brasileiro de música 2007**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira dos Produtores de Discos, 2008. Disponível em: <[https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Publi2008\\_final\\_01\\_23.pdf](https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Publi2008_final_01_23.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2022.

ABPD. **Mercado brasileiro de música 2008**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira dos Produtores de Discos, 2009. Disponível em: <[https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mercado\\_Fonografico\\_BR2008.pdf](https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mercado_Fonografico_BR2008.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2022.

ABPD. **Mercado brasileiro de música 2009**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira dos Produtores de Discos, 2010. Disponível em: <[https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Final\\_Publicacao\\_2009\\_CB.pdf](https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Final_Publicacao_2009_CB.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2022.

ABPD. **Mercado brasileiro de música 2010**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira dos Produtores de Discos, 2011. Disponível em: <[https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/PublicacaoABPD\\_10\\_11Final.pdf](https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/PublicacaoABPD_10_11Final.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2022.

ABPD. **Mercado brasileiro de música 2011**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira dos Produtores de Discos, 2012. Disponível em: <[https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Publicacao2011\\_Final\\_CB\\_abril2012.pdf](https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Publicacao2011_Final_CB_abril2012.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2022.

ABPD. **Mercado brasileiro de música 2012**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira dos Produtores de Discos, 2013. Disponível em: <[https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/ABPD\\_Publicacao2013\\_CB\\_final-1.pdf](https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/ABPD_Publicacao2013_CB_final-1.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2022.



ABPD. **Mercado brasileiro de música 2013**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira dos Produtores de Discos, 2014. Disponível em: <<https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/MERCADO-BRASILEIRO-DE-MUSICA-EM-2013.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2022.

ABPD. **Mercado brasileiro de música 2014**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira dos Produtores de Discos, 2015. Disponível em: <<https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/06/PublicacaoABPD2014.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2022.

ABPD. **Mercado brasileiro de música 2015**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira dos Produtores de Discos, 2016. Disponível em: <[https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2016/04/MERCADO\\_FONOGRAFICO\\_BRASILEIRO\\_E\\_MUNDIAL\\_2015\\_FINAL\\_PDFSITE.pdf](https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2016/04/MERCADO_FONOGRAFICO_BRASILEIRO_E_MUNDIAL_2015_FINAL_PDFSITE.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2022.

ADICHIE, C. N. **Sejamos todos feministas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

AIEX, T. Escuta As Minas: Spotify inaugura casa para impulsionar as mulheres na música.

**Tenho Mais Discos Que Amigos**, São Paulo, 8 jul. 2019. Disponível em:

<<https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2019/07/08/spotify-brasil-casa-musica-escuta-minas/>>. Acesso em: 29 dez. 2022.

ALBUQUERQUE, C. 30 em 3. **midsummer madness**, Rio de Janeiro, [s.d.]. Disponível em:

<<http://mmrecords.com.br/30-em-3/>>. Acesso em: 11 dez. 2022.

ARRUZA, C.; FRASER, N.; BHATTACHARYA, T. **Feminismo para os 99%: um manifesto**. São Paulo: Boitempo, 2019.

ASSEF, C. Girls Rock Camp Brasil: Entenda por que um acampamento de rock pode mudar a vida da sua filha (neta, sobrinha, enteada...). **Music non stop**, São Paulo, 3 fev. 2022. Disponível em: <<https://musicnonstop.uol.com.br/girls-rock-camp-entenda-por-que-um-acampamento-de-rock-pode-mudar-a-vida-da-sua-filha-neta-sobrinha-enteada/>>. Acesso em: 28 dez. 2022.

BANDCAMP. **PWR**. Disponível em: <<https://pwrrecords.bandcamp.com>>. Acesso em: 29 dez. 2022

BARRAGÁN, A. M. A. *et al.* Pensar a partir do feminismo: críticas e alternativas ao desenvolvimento. In: HOLANDA, Heloisa Buarque de. **Pensamento feminista hoje: perspectivas decoloniais**. Rio de Janeiro: Bazar do tempo, 2020. p. 252-279.

BEAUVOIR, S. **O segundo sexo: fatos e mitos**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1980.

BECKER, G. La performance femenina como evocación del tabú. **Resonancias: Revista de investigación musical**, v. 15, n. 28, p. 16, 2011.

BEAUTY and the Beast. Direção: Gary Trousdale; Kirk Wise. Produção de Don Hahn. Estados Unidos: Walt Disney Animation Studios, 1991. 1 DVD.

BENNETT, J. How to reclaim the f-word? Just call Beyoncé. **Time**, Nova Iorque, 26 ago. 2014. Disponível em: <<https://time.com/3181644/beyonce-reclaim-feminism-pop-star/>>. Acesso em: 28 dez. 2022.

BLAY, E. A. Como as mulheres se construíram como agentes políticas e democráticas: o caso brasileiro. In: BLAY, E. A.; AVELAR, L. **50 anos de feminismo: Argentina, Brasil e Chile**. São Paulo: EdUSP, 2017. p. 65-98.

BLAY, E. A. Um caminho ainda em construção: a igualdade de oportunidades para as mulheres. **Revista USP**, n. 49, p. 82–97, 30 maio 2001.

BORDIEU, P. **O Poder Simbólico**. Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1989.

BORDIN, V. B. Artivismo - borrando fronteiras entre vida e arte. **Zona de Impacto**, v. 2, n. 17, p. 126–135, 2015.

BRASIL. Lei no. 4.024, de 20 de dezembro de 1961. Institui a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, LDB (1961). Brasília-DF: *Senado*, 1961. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l4024.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4024.htm)>. Acesso em 23 out. 2022.

BULIMIA. Punk rock. Intérprete: Bulimia. In: Bulimia. Se julgar incapaz foi o pior erro que cometeu. Brasília: Independente, 1999. 1 CD. Faixa 1 (1 min 8 s)

CABRAL, U. Mulheres com crianças até três anos de idade em casa têm menor nível de ocupação. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**, Rio de Janeiro, 28 abr. 2021. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/30173-mulheres-com-criancas-ate-tres-anos-de-idade-em-casa-tem-menor-nivel-de-ocupacao>>. Acesso em: 1 jan. 2022.

CAMPOS, C. H. de. A CPMI da Violência contra a Mulher e a implementação da Lei Maria da Penha. **Revista Estudos Feministas**, v. 23, p. 519–531, ago. 2015.

CASADEI, E. B. O punk não é só para o seu namorado: esfera pública alternativa, processos de identificação e testemunho na cena musical Riot Grrrl. **Música Popular em Revista**. Campinas: Unicamp, 2013. Ano 1, v.2, p.197-214. Disponível em: <<https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/muspop/article/view/12889>>. Acesso em 22 jan. 2022.

CASTRO, M. G. Marxismo, feminismos e feminismo marxista - mais que um gênero em tempos neoliberais. **Crítica Marxista**, v. 1, n. 11, p. 98–108, 2000.

CAVALCANTI, A. As bandas brasileiras de minas estão sendo compiladas numa só lista. Noisey, São Paulo, 19 jul. 2016. Disponível em: <<https://www.vice.com/pt/article/rppnnn/bandas-de-minas-lista>>. Acesso em: 28 dez. 2022.

CHAIA, M. Artivismo – Política e Arte Hoje. **Revista Aurora**, Campinas, 1, p. 9-11, 2007.

CHIOCCARELLO, R. Hi Hat Girls lança podcast para exaltar a atuação das mulheres na música. **Hits Perdidos**, São Paulo, 16 mar. 2020. Disponível em:  
<<https://hitsperdidos.com/2020/03/16/podcast-hi-hat-girls/>>. Acesso em: 27 dez. 2022.

CHIOCCARELLO, R. PWR Records: das minas para as minas. **Hits Perdidos**, São Paulo, 19 jun. 2017. Disponível em: <<https://hitsperdidos.com/2017/06/19/especial-selos-pwr-records-riot/>>. Acesso em 25 jul. 2021.

CHIOCCARELLO, R. PWR records celebra a potência do coletivo no aniversário de 5 anos. **Hits Perdidos**, São Paulo, 10 nov. 2021. Disponível em: <<https://hitsperdidos.com/2021/11/10/pwr-records-5-anos/>>. Acesso em 30 jan. 2022.

CHIOCCARELLO, R. Selos independentes brasileiros comentam sobre seu papel em nossos tempos. **Hits Perdidos**, São Paulo, 13 ago. 2019. Disponível em:  
<<https://hitsperdidos.com/2019/08/13/selos-independentes-brasileiros/>>. Acesso em: 17 dez. 2022.

COELHO, C. A. **Direito das mulheres e injustiça dos homens: a tradução utópico-feminista de Nísia Floresta**. 2019. Universidade de São Paulo, 2019. Disponível em:  
<<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8160/tde-04092019-161315/>>. Acesso em: 23 out. 2022.

COLLING, L. A emergência dos artivismos das dissidências sexuais e de gêneros no Brasil da atualidade. **Sala Preta**, v. 18, n. 1, p. 152, 30 jun. 2018.

CUNHA, J. Com a boca no mundo: a importância da produção musical de Rita Lee. *Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura*, v. 10, n. 2, 2021.

DATASIM. **Mulheres na indústria da música no Brasil: Obstáculos, oportunidades e perspectivas**. São Paulo, 2019. Disponível em:  
<[https://drive.google.com/file/d/1Ia18nIk6XGTAq\\_V-GX6dV42Pus6DZst7/view](https://drive.google.com/file/d/1Ia18nIk6XGTAq_V-GX6dV42Pus6DZst7/view)>. Acesso em: 5 nov. 2022.

DELEUZE, G. GUATTARI, F. **O Anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia**. São Paulo: Ed. 34, 1996.

DE MARCHI, L. A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira, 1999-2009: dos discos físicos ao comércio digital de música. Rio de Janeiro: Folio Digital, 2016.

DE MARCHI, L. Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil. São Paulo: **Intercom**, 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/interc/a/6KpyxCsZjRDtFM39FDP3L9P/abstract/?lang=pt>>. Acesso em 18 set. 2022.

DE MARCHI, L. Do marginal ao empreendedor. Transformações no conceito de produção fonográfica independente no Brasil. **ECO-PÓS**, v. 9, n.1, 2006. p. 121-140.

DE MARCHI, L. O Significado Político da Produção Fonográfica Independente Brasileira. **E-Compós**, v.9, 2007.

DE MARCHI, L. OURIQUE, J. Pequenas bandas, grandes negócios: um estudo de caso da banda Lyria e suas incursões no empreendedorismo na música independente. **Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura**, v. 10, n. 2, 2021.

DE MARCHI, L. VICENTE, E. Por uma história da indústria fonográfica no Brasil 1900-2010: uma contribuição desde a Comunicação Social. **Música Popular em Revista**, Campinas, ano 3, v.1, 2014. p. 7-36.

DEPOLI, J. Gabriela Deptulski: “Nunca foi só música. Nunca vai ser!”. **Inferno Santo**, Vitória, 22 nov. 2018. Disponível em: <<https://infernossanto.com/2018/11/22/gabriela-deptulski-my-magical-glowing-lens-entrevista/>>. Acesso em: 25 jul. 2021.

DI GIOVANNI, J. R. Artes de abrir espaço. Apontamentos para a análise de práticas em trânsito entre arte e ativismo. **Cadernos de arte e antropologia**, v. 4, n° 2/2015, pag. 13-27.

DIAS, M. T. **Os donos da voz**: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo, 2000.

DIEESE. **Trabalho doméstico no Brasil**. São Paulo: Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos, 2021. Disponível em: <<https://www.dieese.org.br/outraspublicacoes/2021/trabalhoDomestico.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2022.

DOMINGUES, I. MIRANDA, A. P. **Consumo de ativismo**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018.

DUARTE, C. L. Feminismo e literatura no Brasil. **Estudos Avançados**, v. 17, p. 151–172, dez. 2003.

DUARTE, C. L. **Nisia Floresta**. Recife: Editora Massangana, 2010.

DUARTE, M. Y. M. Estudo de caso. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

ECAD. **O que o Brasil ouve**: Edição Mulheres na Música. Rio de Janeiro: Ecad, 08 mar. 2022. Disponível em: <<https://www4.ecad.org.br/relatorios/o-que-o-brasil-ouve-mulheres-na-musica>>. Acesso em 01 mar. 2022.

ECAD. **O que o Brasil ouve**: 10 anos de música. Rio de Janeiro: Escritório Central de Arrecadação e Distribuição, 2022b. Disponível em: <<https://www4.ecad.org.br/wp-content/uploads/2022/04/O-que-o-Brasil-Ouve-10-anos-de-musica.pdf>>. Acesso em: 5 nov. 2022.

EFUSIVA. Cast. Efusiva Records, Rio de Janeiro, [s.d]. Disponível em: <<https://www.efusiva.com.br/cast>>. Acesso em: 28 dez. 2022.

EFUSIVA. Quem somos. Efusiva Records, Rio de Janeiro, [s.d]. Disponível em: <<https://www.efusiva.com.br/quem-somos>>. Acesso em: 28 dez. 2022.

ESTEPHANIA, C. Suporte feminino ao cenário da música. **Folha de Pernambuco**, Recife, 28 out. 2016. Disponível em: <<https://www.folhape.com.br/cultura/suporte-feminino-ao-cenario-da-musica/4220>>. Acesso em: 28 dez. 2022.

FANTANO, A. gorduratrans - repertório infindável de dolorosas piadas. **The Needle Drop**, Connecticut, 6 out. 2015. Disponível em: <<https://www.theneedledrop.com/articles/2015/10/gorduratrans-repertrio-infindvel-de-dolorosas-piadas>>. Acesso em: 28 dez. 2022.

FERNANDES, C. S.; HERSCHMANN, M. Música, sons e dissensos: a potência poética feminina nas ruas do Rio. **MATRIZES**, v. 14, n. 2, p. 163–179, 31 dez. 2020.

FOLHA, de S. P. Custo cai, mas preço médio de CD permanece estável. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 20 out. 1997. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi201006.htm>>. Acesso em: 4 dez. 2022.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **Violência contra a mulher 2021**. Rio de Janeiro: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2022. Disponível em: <<https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2022/03/violencia-contra-mulher-2021-v5.pdf>>. Acesso em: 29 out. 2022.

FUSCALDO, C. **Cantautoras**: um ensaio sobre sete mulheres e sua importância na música popular brasileira. Orientador: Júlio Cesar Valladão Diniz. 2020, 206g. Tese (Doutorado em Literatura, Cultura e Contemporaneidade) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Versão eletrônica.

GALETTA, T. Cena musical paulistana dos anos 2010 e o “novo artista da música” na produção independente brasileira pós-internet. **Música Popular em Revista**, Campinas, ano 5, v. 2, p. 116-141, jan.-jul. 2018.

GALVANI, G. “O estuprador é você”: música feminista contra a violência de gênero percorre mundo. **Carta Capital**, São Paulo, 01 dez. 2019. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/diversidade/o-estuprador-e-voce-musica-feminista-contra-violencia-percorre-o-mundo/>>. Acesso em 13 fev. 2022.

GANDRA, A. Pesquisa: 79% de mulheres que atuam na música são discriminadas. **Agência Brasil**, Rio de Janeiro, 10 mai. 2021. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-05/pesquisa-79-de-mulheres-que-atuam-na-musica-sao-discriminadas>>. Acesso em: 5 fev. 2021.

GARCIA, C. C. **Breve história do feminismo**. 4. ed. São Paulo: Editora Claridade, 2015.

GARSON, M. Anos 60: o outro lado da juventude. 33º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2010, Caxias do Sul. **Anais eletrônicos** Caxias do Sul: Intercom, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2733-1.pdf>>. Acesso em: 18 de dezembro de 2022

GELAIN, G. GUERRA, P. LAGE, R. BITTENCOURT, L. Tecnologias musicais, materialidades artísticas e ativismo feminino: o caso do *Girls Rock Camp* em Porto Alegre. In: **Encontro Anual da Compós**, 26, 2017, São Paulo. Anais eletrônicos. Campinas: Galoá, 2017. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2017/trabalhos/tecnologias-musicais-materialidades-artisticas-e-ativismo-feminino-o-caso-do-gir?lang=pt-br>>. Acesso em: 31 dez. 2022.

GERMANOTTA, S; LAURSEN, J. Born this way. Intérprete: Lady Gaga. In: Lady Gaga. **Born this way**. Santa Monica: Interscope Records, 2010. Download digital. Faixa 2 (4 min 20s)

GIRLS, S; ROWE, M. STANNARD, R. Wannabe. Intérprete: Spice Girls. In: Spice Girls. **Spice**. Londres: Virgin Records, 1996. 1 CD. Faixa 1 (2 min 53 s)

GIRLS, S. WATKINS, A. WILSON, P. Stop. Intérprete: Spice Girls. In: Stop. Londres: Virgin Records, 1998. 1 CD. Faixa 1 (3 min 24 s)

WEF. **Global Gender Gap Report 2021**. World Economic Forum. Coligny: WEF, 2021. Disponível em: <[https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GGGR\\_2021.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2021.pdf)>. Acesso em 1 jan. 2023.

GOLDMAN, R.; HEATH, D.; SMITH, S. L. Commodity Feminism. **Critical Studies in Mass Communication**, v. 8, n. 3, p. 333–351, set. 1991.

GONZALEZ, L. **Por um feminismo afrolatino americano**. Org. RIOS, Flávia. LIMA, Márcia. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2020. 376 p.

GORDON, K. **A garota da banda**. São Paulo: Fábrica231, 2016.

GUERRA, R. Entrevista: PWR Records. **Scream & Yell**. São Paulo, 31 out. 2016. Disponível em: <<http://screamyell.com.br/site/2016/10/31/entrevista-pwr-records/>>. Acesso em: 28 dez. 2022.

HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias qualitativas na sociologia**. 4. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

HANNA, K; KARREN, B; VAIL, T; WILCOX, K. Rebel Girl. Intérprete: Bikini Kill. In: Bikini Kill. **Pussy Whipped**. Olympia: Kill Rock Stars, 1993. 1 CD. Faixa 10 (2 min 43 s).

HERSCHMANN, M. **Indústria da música em transição**. Rio de Janeiro: Editora Estação das Letras, 2010.

HILL, R. L. **Gender, Metal and the Media**. London: Palgrave Macmillan UK, 2016.

HOLANDA, M. 'Mulheres estão praticamente integradas à sociedade', diz Bolsonaro. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 8 mar. 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2022/03/depois-de-vetar-bolsonaro-agora-edita-decreto-para-distribuicao-gratuita-de-absorventes.shtml>>. Acesso em: 31 dez. 2022.

HOLANDA, P. [ENTREVISTA] MOTIM: “Visibilidade nenhuma supera o prazer de fazer o que é certo” (PARTE 1). **Delirium nerd**, Rio de Janeiro, 24 ago. 2018. Disponível em: <<https://deliriumnerd.com/2018/08/24/entrevista-motim-visibilidade-nenhuma-supera-o-prazer-de-fazer-o-que-e-certo-parte-1/>>. Acesso em: 28 dez. 2022.

HOLLANDA, H. B. de; VAREJÃO, A. (ed.). **Pensamento feminista hoje: perspectivas decoloniais**. Rio de Janeiro, RJ: Bazar do Tempo, 2020.

HOOKS, B. **O feminismo é para todo mundo - Políticas arrebatadoras**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

HOOKS, B. **Teoria feminista: da margem ao centro**. 1. ed. São Paulo: Perspectiva, 2019.  
JANOTTI JUNIOR, J. **Heavy metal com dendê: rock pesado e mídia em tempos de globalização**. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

JENAINATI, C; GROVES, J. **Feminismo: um guia gráfico**. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2020.

JENKINS, H. GREEN, J. FORD, S. **Cultura da Conexão: criando mídia e valor por meio da mídia propagável**. São Paulo: Editora Aleph, 2015.

LADEIRA, S. Brasil tem câmara mais velha e com menos mulheres do que a maioria dos países, mostra levantamento. **G1**, Rio de Janeiro, 9 out. 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/eleicao-em- numeros/noticia/2022/10/09/brasil-tem-camara-mais-velha-e-com-menos-mulheres-do-que-a-maioria-dos-paises-mostra-levantamento.ghtml>>. Acesso em: 31 dez. 2022.

LAZREG, M. Decolonizando o feminismo (Mulheres argelinas em questão). *In*: HOLLANDA, Heloisa Buarque de. **Pensamento feminista hoje: perspectivas decoloniais**. Rio de Janeiro: Editora Bazar do Tempo, 2020.

LEÃO, T. Da idéia original à música pronta, num instante. **O Globo**, Rio de Janeiro, 27 out. 1997. Informática ETC., p. 4.

LEE, R. **Rita Lee: uma autobiografia**. Rio de Janeiro: Globo Livros, 2016.

LEONARD, M. **Gender in the music industry: rock, discourse and girl power**. Liverpool: Ashgate Book, 2007.

LITTLE Mermaid. Direção: John Musker; Ron Clements. Produção de Howard Ashman; John Musker. Estados Unidos: Walt Disney Animation Studios, 1989. 1 DVD.

LORI. Entrevista com Clarissa Celori, conhecida como Lori. Entrevistadora: Julia Carolina do Nascimento Ourique. São Paulo, 16 abr. 2022.

LUCCHESI, F. Uma máquina de guerra, Riot Grrrl. **Aurora**: revista de arte, mídia e política, v. 9, n. 27, p. 57–74, 2016.

LÚGONES, M. Rumo a um feminismo descolonial. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v.22, n.3, p. 935-952, 2014.

LUMANZIN. Entrevista com Luísa Manzin, conhecida como LUMANZIN. Entrevistadora: Julia Carolina do Nascimento Ourique. São Paulo, 16 abr. 2022.

LUPE. Turnê “Sem Sair na Rolling Stone” - A Prestação de Contas. **Lupe de Lupe**, Belo Horizonte, 14 set. 2015. Disponível em:  
<<http://www.lupedelupe.com.br/2/post/2015/09/turne-sem-sair-na-rolling-stone-a-prestacao-de-contas.html>>. Acesso em: 17 dez. 2022.

LUPE. Prestação de contas – Turnê Sem Sair na Rolling Stone 2017 ou 1.5. **Lupe de Lupe**, Belo Horizonte, 28. ago. 2017. Disponível em:  
<<http://www.lupedelupe.com.br/notiacutecias/archives/08-2017>>. Acesso em: 17 dez. 2022.

KILOMBA, G. **Memórias da plantação**: episódios de racismo cotidiano. trad. Jess Oliveira. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

KISCHINHEVSKY, M. Métodos de pesquisa qualitativa aplicada à comunicação radiofônica. In: MOURA, Cláudia Peixoto de. LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. (org.) **Pesquisa em Comunicação**: Metodologias e práticas acadêmicas. Porto Alegre: EdIPUCRS, 2016.

KOSKOFF, E. **A feminist ethnomusicology**: writings on music and gender. Urbana: University of Illinois Press, 2014.

MADUREIRA, D. Mulheres são maioria dos cientistas no Brasil, mas quase nunca chegam ao topo. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 31 dez. 2022. Disponível em:  
<<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/12/mulheres-sao-maioria-das-cientistas-no-brasil-mas-quase-nunca-chegam-ao-topo.shtml>>. Acesso em 1 jan. 2023.

MARX, K. **O Capital [Livro 1]**: crítica da economia política. O processo de produção do capital. Boitempo: São Paulo, 2011.

MAZZUCATO, M. **O Estado Empreendedor**: desmascarando o mito do setor público vs setor privado. São Paulo: Porfolio-Penguin, 2014.



MEDICI, J. CASTRO, C. MONTEIRO, T. **O Futuro é feminino**: o empoderamento feminino por meio da música. São Paulo: Intercom, 2017. Disponível em:  
<<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2270-1.pdf>>. Acesso em 1 jan. 2023.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 32.ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

MORAES, M. L. Q. de. Marxismo e feminismo: afinidades e diferenças. **Crítica Marxista**, v. 1, n. 11, p. 89–97, 2000.

MORAIS, B. K. de. **A era do Sertanejo**: como a digitalização da música contribuiu para a explosão do segmento. 2020. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em:  
<<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27161/tde-08032021-162243/>>. Acesso em: 22 dez. 2022.

MOREIRA, R. SPADA, L. **O Fim do Ministério da Cultura**: reflexões sobre as políticas públicas culturais na era pós-MinC. São Paulo: Editora Imaginário Coletivo, 2021.

MORGAN, R. **Sisterhood is powerful**: an anthology of writings from the woman's liberation movement. Nova Iorque: Vintage Books Edition, 1970.

MORISSETTE, A; BALLARD, G. EDWARDS, S. SUPERGRASS. You Oughta Know. Intérprete: Alanis Morissette. In: Alanis Morissette. **Jagged Little Pill**. Beverly Hills: Maverick, 1995. 1 CD. Faixa 2. (4 min 9 seg).

MULAN. Direção: Barry Cook; Tony Bancroft. Produção de Pam Coats. Estados Unidos: Walt Disney Animation Studios, 1998. 1 DVD.

NEWSWEEK. Revolution, girl style. **Newsweek Magazine**, Nova Iorque, 22 nov. 1992. Disponível em: <<https://www.newsweek.com/revolution-girl-style-196998>>. Acesso em: 27 dez. 2022.

NOCHLIN, L. **Por que não houve grandes artistas mulheres?** 1. ed. São Paulo: Edições Aurora, 2016.

ORION, C. Hi Hat Girls - Conheça mais sobre as meninas que arrasam na batera! **Orion Cymbals**, São Paulo, [s.d.]. Disponível em:  
<<https://orioncymbals.com.br/novositeorion/parcerias/hi-hat-girls/>>. Acesso em: 27 dez. 2022.

ORION, C. Hi Hat Girls: conheça o projeto para mulheres bateristas. **Orion Cymbals**, São Paulo, 20 nov. 2020. Disponível em: <<https://orioncymbals.com.br/hi-hat-girls-conheca-o-projeto-para-mulheres-bateristas/>>. Acesso em: 27 dez. 2022.

OZORIO, Paula Lopes da Cruz Novo. **Mulheres na indústria da música**: um estudo de caso do grupo Women in Music Brasil. 2021. Dissertação (mestrado) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Faculdade de Comunicação Social, Programa de Pós-Graduação

em Comunicação, Rio de Janeiro: RJ.

PALERMO, Z. Desobediência epistêmica y opción decolonial. In: **Caderno de estudos culturais**. Campo Grande: UFMS, 2013. p.237-254.

PALMER, A. **A arte de pedir: ou como aprendi a não me preocupar mais e a deixar as pessoas ajudarem**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.

PASINATO, W. SANTOS, C. M. **Mapeamento das delegacias da mulher no Brasil**. Núcleo de Estudos de Gênero Pagu. Campinas: Unicamp, 2008.

PEINADO, M. L. A campanha contra a violência machista #NiUnaMenos. **El Pais**, 29 mai. 2015. Disponível em:  
<[https://brasil.elpais.com/brasil/2015/05/28/internacional/1432824490\\_226268.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/05/28/internacional/1432824490_226268.html)>. Acesso em 13 fev. 2022.

PEREIRA, C. A. M. **O que é contracultura**. 6 ed. Brasília: Editora Brasiliense, 1983.

PEREIRA, S. L.; BEZERRA, P. M. Ocupação Ouvidor 63: sentidos dos ativismos urbanos no centro de São Paulo. In: FERNANDES, C.; HERSCHMANN, M.; ROCHA, R. M.; PEREIRA, S. L. **A[r]tivismos urbanos: [sobre]vivendo em tempos de urgência**. Porto Alegre: Sulinas, 2022. p. 323-352.

PIMENTEL, J. Independência ou morte. **O Globo**, Rio de Janeiro, 7 set. 2002. Segundo Caderno, p. 1.

PINK; MARTIN, M. Don't let me get me. Intérprete: PINK. In: PINK. *Missundaztood*. Nova Iorque: Arista Records, 2002. 1 CD. Faixa 2 (3 min 31 s).

PRO-MÚSICA BRASIL. **Mercado fonográfico mundial e brasileiro em 2016**. Rio de Janeiro: Produtores Fonográficos Associados, 2017. Disponível em:  
<<https://pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2018/11/Mercado-de-M%C3%BAsica-Global-e-Brasileiro-em-2016-FINAL.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2022.

PRO-MÚSICA BRASIL. **Mercado fonográfico mundial e brasileiro em 2017**. Rio de Janeiro: Produtores Fonográficos Associados, 2018. Disponível em: <[https://pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2018/04/Pro\\_MusicaBr\\_IFPIGlobalMusicReport2018\\_abril2017-003.pdf](https://pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2018/04/Pro_MusicaBr_IFPIGlobalMusicReport2018_abril2017-003.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2022.

PRO-MÚSICA BRASIL. **Mercado fonográfico mundial e brasileiro em 2018**. Rio de Janeiro: Produtores Fonográficos Associados, 2019. Disponível em: <<https://pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2019/04/release-brasil-GMR2019-e-mercado-brasileiro-2018.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2022.

QUEM. [Locução de Branca Vianna]. [S. l.]: Radio Novelo, 24 out. 2020. **Podcast Praia dos Ossos**. Disponível em:  
<<https://www.radionovelo.com.br/originais/praiadosossos/quem-ama-nao-mata>>. Acesso em: 22 dez. 2022.

RELATÓRIO. Gabinete de Transição Governamental. **Relatório Final**. Brasília: Gabinete de Transição Governamental, 2022. Disponível em:

<<https://gabinetedatransicao.com.br/noticias/relatorio-final-do-gabinete-de-transicao-governamental/>>. Acesso em 1 jan. 2023.

RIBEIRO, H. L. Nacionalismo no metal brasileiro parte 1: uma introdução. *Música em Contexto*. Brasília: UNB, 2018. 124-150. Disponível em:

<<https://periodicos.unb.br/index.php/Musica/article/download/23571/21108>>. Acesso em 17 jun. 2022.

RIORDAN, E. Commodified agents and empowered girls: consuming and producing feminism. **Journal of Communication Inquiry**. Iowa City: SAGE Publications, 2001.

ROCHA, R. de M. Artivismos Musicais de Gênero e suas Interfaces Comunicacionais. 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2019, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2019. Disponível em:

<<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1662-1.pdf>>. Acesso em 24 jul. 2021.

ROCHA, R. M.; RIZAN, T. Pistas reflexivas para uma cartografia dos artivismos de gênero no Brasil. In: FERNANDES, C.; HERSCHMANN, M.; ROCHA, R. M.; PEREIRA, S. L.

**A[r]tivismos urbanos: [sobre]vivendo em tempos de urgência**. Porto Alegre: Sulinas, 2022. p. 127-150.

ROCHEDO, A. "Não provoque! Ela toca rock.": de Nora Ney a Cássia Eller, a mulher na história do rock brasileiro. In: FIUZA, Alexandre. ATAIDE, Antonio Marcio.

LACOWICZ, Stanis David. **Cadernos de resumos do II Congresso Internacional de Estudos do Rock**. Cascavel: UNIOESTE, 2015.

ROLLING, S. Mac DeMarco virá ao Brasil pela primeira vez em março. **Rolling Stone**, São Paulo, 21 jan. 2014. Disponível em: <<https://rollingstone.uol.com.br/noticia/mac-demarco-estara-pela-primeira-vez-no-brasil-em-marco/>>. Acesso em 28 dez. 2022.

RUBIM, A. Políticas culturais no Brasil: tristes tradições. **Revista Galáxia**. São Paulo: PUC SP, 2007. Disponível em:

<<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1469>>. Acesso em 18 set. 2022

SAAVEDRA, R. Entre militâncias e letramentos: produção cultural, ativismo e jovens feministas. In: Seminário Internacional Fazendo Gênero, 11. Women's Worlds Congress, 13. 2017, Florianópolis. **Anais do XI Seminário Internacional Fazendo Gênero: 13th Women's Worlds Congress**. Florianópolis: UFSC, 2018. p. 1-12.

SANCHEZ, B. R. **Feminismo estatal**: uma análise das interações entre os movimentos feministas e o Congresso Nacional brasileiro. 2021. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

SEBRAE. Empreendedorismo feminino dá sinais de lenta recuperação. **Serviço Brasileiro**

**de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**, [s.l], 7 mar. 2022. Disponível em: <<https://agenciasebrae.com.br/arquivo/empreendedorismo-feminino-da-sinas-de-lenta-recuperacao/>>. Acesso em: 1 jan. 2022.

SEMOVA, D. La creatividad activista. In: ALADRO VICO, E.; POPELKA, R.; SEMOVA, D. (Ed.). **Entender el artivismo**. Hispanic studies: culture and ideas. Oxford: Peter Lang, 2019.

SILVA, N. My Magical Glowing Lens e Ventre anunciam turnê pelo Nordeste. **Monkeybuzz**. São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://monkeybuzz.com.br/novidades/my-magical-glowing-lens-e-ventre-anunciam-turne-pelo-nordeste/>>. Acesso em: 24 jul. 2021.

SOARES, D. ‘Existe abismo entre espiritualidade e prática da religião’, diz Larissa Conforto que lança projeto musical ÀIYÉ. **Heloisa Tolipan**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <<https://heloisatolipan.com.br/musica/existe-abismo-entre-espiritualidade-e-pratica-da-religiao-frisa-larissa-conforto-que-lanca-projeto-musical-aiye/>>. Acesso em 19 jun. 2022.

TGEU. TVT TMM Update – Trans day of Remembrance 2021. **Transgender Europe**, [s.d]. Disponível em: <<https://transrespect.org/en/tmm-update-tdor-2021/>>. Acesso em: 29 out. 2022.

TOFFLER, A. **The third wave: the classic study of tomorrow**. New York: Bantam Books, 1990.

TOLOKONNIKOVA, N. **Um Guia Pussy Riot para o ativismo: um guia punk para o ativismo político**. São Paulo: Ubu Editora, 2019.

TOMÁS, L. Entrevista com Letícia Tomás. Entrevistadora: Julia Carolina do Nascimento Ourique. São Paulo, 15 abr. 2022.

TOMÁS, L. Twitter: @letossia]. Recife, 2 jan. 2016. Disponível em: <<https://twitter.com/letossia/status/683389085373870085>>. Acesso em: 28 dez. 2022.

TØSCA. Entrevista com Alice Gauto e Letícia Soto, do duo TØSCA. Entrevistadora: Julia Carolina do Nascimento Ourique. São Paulo, 16 abr. 2022.

TOZZI, E. Igualdade salarial no Brasil impedirá as mulheres de encontrarem emprego? **VOCÊ RH**. São Paulo, 2021. Disponível em: <<https://vocerh.abril.com.br/diversidade/igualdade-salarial-no-brasil-impedira-as-mulheres-de-encontrarem-emprego/>>. Acesso em 1 jan. 2023.

TREINAM. Mulheres na Música. **Treinam**, [s.l], [s.d]. Disponível em: <<https://www.treinam.com.br/>>. Acesso em 28 dez, 2022.

UBC. **Por elas que fazem a música: relatório 2018**. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <<http://www.ubc.org.br/anexos/publicacoes/Por-Elas-Que-Fazem-a-Musica-2018.pdf>>. Acesso em: 23 mai. 2021.

UBC. **Por elas que fazem a música: relatório 2019**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <<http://www.ubc.org.br/anexos/publicacoes/Por-Elas-Que-Fazem-a-Musica->

2019.pdf>. Acesso em: 23 mai. 2021.

UBC. **Por elas que fazem a música**: relatório 2020. Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <<http://www.ubc.org.br/anexos/publicacoes/Por-Elas-Que-Fazem-a-Musica-2020.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2022.

UBC. **Por elas que fazem a música**: relatório 2021. Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <<http://www.ubc.org.br/anexos/publicacoes/Por-Elas-Que-Fazem-a-Musica-2021.pdf>>. Acesso em: 23 mai. 2021.

UBC. **Por elas que fazem a música**: relatório 2022. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <<http://www.ubc.org.br/anexos/publicacoes/Por-Elas-Que-Fazem-a-Musica-2022.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2022.

VIANNA, P. MP3, o som que o seu micro vai ter daqui a pouco. **O Globo**, Rio de Janeiro, 24 nov. 1997. Informática ETC., p. 6.

VERGÈS, F. **Um feminismo decolonial**. 1. ed. São Paulo: Ubu Editora, 2020.

VICENTE, Eduardo. **Música e disco no Brasil**: a trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90. 2002. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

WERBIN, Ian. En septiembre mataron a una mujer cada 36 horas em la Argentina por motivos de género. **Télam**, Buenos Aires, 7 out. 2022. Disponível em: <<https://www.telam.com.ar/notas/202210/607159-femicidio-argentina-matan-mujer-cada-dia-y-medio.html>>. Acesso em 29 out. 2022.

WERNER, A. What Does Gender Have to Do with Music, Anyway? Mapping the Relation between Music and Gender. **Per Musi**, n. 39, p. 1–11, 1 maio 2019.

WME. Vencedoras 2021. Women’s Music Event, São Paulo, 26 out. 2021. Disponível em: <<https://premio.womensmusicvent.com.br/2021/>>. Acesso em: 30 dez. 2022.

YARROW, A. **90s Bitch**: Media, culture, and the failed promise of gender equality. Nova Iorque: HarperCollins, 2018.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e método**. trad. Daniel Grassi - 2.ed. - Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZERBINATTI, C. D.; NOGUEIRA, I. P.; PEDRO, J. M. A emergência do campo de música e gênero no Brasil: reflexões iniciais. **Descentrada**, v. 2, n. 34, p. 1-18.

ZINGLER, C. [Música] PWR Records: elas querem dominar o mundo! **Delirium Nerd**, São Paulo, 12 out. 2017. Disponível em: <<https://deliriumnerd.com/2017/10/12/selo-das-minas-pwr-records/>>. Acesso em 30 jan. 2022.