

Universidade de São Paulo
Escola de Comunicações e Artes
Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e
Comunicação

Raiany Fernandes Costa da Silva

**Re(orí)entar: o papel da mulher negra na formação de
negros do mercado da música brasileira
contemporânea**

São Paulo
2021

RAIANY FERNANDES COSTA DA SILVA

**Re(orí)entar: o papel da mulher negra na formação de
negros do mercado da música brasileira
contemporânea**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial
para obtenção do título de Especialista
em Cultura, Educação e Relações
Étnico-Raciais.

Orientadora: Profa. Dra. Cláudia Nonato

São Paulo
2021

AGRADECIMENTOS

Ao meu orí. Aos orixás. Aos encantados. Aos meus ancestrais.

À todas as mulheres negras que vieram antes de mim.

À minha Bisa Carmem da Cunha, minha Vó Elizabete Delphino, minha Tia Joana dos Reis, minha Vó Severina, minha mãe Elaine Delphino, Tia Dagmar, Tia Renata, Tia Patricia, Tia Paula e todas as mulheres incríveis da minha família. Vocês são minhas heroínas.

Que eu tenha feito jus aos investimentos materiais e imateriais de vocês. Eu sou porque vocês foram, são e continuarão sendo através de mim e de todas que virão depois. Que cada passo da minha caminhada seja um passo da nossa caminhada e da caminhada do meu povo. Que cada vitória minha, seja nossa vitória.

Aos meus Tios Roberto Delphino e Marcelo Delphino. Obrigada pelo apoio paternal durante todo o processo.

À Marta Carvalho, Beatriz Alves, Leticia Tie, Franciane Domingues, Bia Ferreira, Yasmin Rodrigues, Emanuella Delphino, Lilo Ramos e Michelle Serra. Obrigada por acreditarem em mim até quando me colocava em dúvida.

À minha orí-entadora, Prof^a Dr^a Claudia Nonato, por me acolher e fazer desse processo uma coisa boa. Obrigada por me lembrar que ia dar certo até quando eu achei que não ia dar.

A todos os professores e professoras do Etnocult.

A todos os meus colegas de turma do Etnocult. Obrigada pelas risadas, acolhimento e trocas ao longo do curso. A melhor turma que eu já estive.

À todas as mulheres negras que foram entrevistadas para esse artigo. Vocês são minha inspiração, meu espelho e minhas mentoras. Obrigada por abrirem a vida de vocês para mim, por dividir cada passo e visão de mundo de vocês comigo.

Vocês são as Iyabás da cultura do Brasil. Obrigada por abrir caminhos para que eu possa chegar até aqui com vocês.

RESUMO

Este artigo analisa a inserção da mulher negra no mercado de trabalho da indústria musical brasileira. Além disso, faz uma reflexão sobre o papel da mulher negra na consolidação da carreira artística e da imagem de nomes negros do mercado da música brasileira contemporânea. Para isso, como metodologia foram utilizadas: pesquisa bibliográfica e documental, como também, entrevistas semiestruturadas. Como resultados, verifica-se que essas mulheres trazem em suas profissões uma relação de identidade, cultura e uma preocupação com questões raciais e políticas que vão muito além de relações somente comerciais.

Palavras-chave: mulheres negras; mulheres negras na indústria musical brasileira; cultura negra; mercado de trabalho cultural; relações étnico-raciais.

ABSTRACT

This article aims to analyze the insertion of black women in the labor market of the Brazilian music industry. In addition, it reflects on the role of black women in consolidating the artistic career and the image of black names in the contemporary Brazilian music Market. For this, the methodology used was: bibliographic and documentary research, as well as semi-structured interviews. As a result it appears that these women bring in their professions a relationship of identity, culture and a concern with racial and political issues that go far beyond just commercial relationships.

Keywords: black women; black women in the Brazilian music industry; black culture; cultural labor market; ethnic-racial relations.

RESÚMEN

Este artículo tiene como objetivo analizar la inserción de las mujeres negras en el mercado laboral de la industria musical brasileña. Además, reflexiona sobre el papel de la mujer negra en la consolidación de la carrera artística y la imagen de los nombres negros en el mercado de la música brasileña contemporánea. Para ello, se utilizaron métodos de investigación bibliográfica y documental, además de semi-Entrevistas estructuradas. Como resultado, parece que estas mujeres traen a sus profesiones una relación de identidad, cultura y una preocupación por los problemas raciales y políticos que van mucho más allá de las relaciones comerciales.

Palabras-clave: mujeres negras; mujeres negras en la industria musical brasileña; cultura negra; mercado laboral cultural; Relaciones étnico-raciales.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	AS VÁRIAS FACES DA CULTURA	11
3	O APAGAMENTO DA CULTURA NEGRA NA HISTÓRIA DA CULTURA BRASILEIRA	14
4	O NEGRO NA INDÚSTRIA MIDIÁTICA BRASILEIRA	17
4.1.	A MULHER NEGRA NA INDÚSTRIA DA MÚSICA	18
4.2	O PAPEL DA MULHER NEGRA NA FORMAÇÃO DE GRANDES NOMES DA MÚSICA NEGRA CONTEMPORÂNEA BRASILEIRA.....	21
5	METODOLOGIA: OS CAMINHOS PARA CHEGAR ATÉ ESSAS MULHERES	24
6	AS IYABÁS DA MÚSICA NEGRA BRASILEIRA	26
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
	REFERÊNCIAS	34

1 INTRODUÇÃO

De forma introdutória e simples sobre o universo simbólico *yorubá* é necessário apresentar o conceito de *orí* e sua importância na construção do sujeito em sua sociedade. Na cultura *yorubá* e nas religiões de matriz-africana cultuadas no território brasileiro entre a população negra em diáspora, como o Candomblé, o sujeito é constituído por três principais elementos corporais, o corpo (*ará*), a cabeça (*orí*) e o espírito (*emé*). Sendo esse sujeito composto por corpo, elemento imaterial chamado de espírito e a cabeça, ou seja, o *orí*, é a portadora da identidade e é a vasilha do destino desse sujeito. O *orí* ainda se divide em algumas formas:

A cabeça é a vasilha da personalidade e do destino (*ipin*) e é composta pelo *orí odè* (cabeça exterior) e *orí inú* (cabeça interior ou mística), é tema corrente na literatura sobre o assunto. Sabe-se também que há um *orí* bom (*olóri rere*) ou mau (*olóri burúkú*), i.e., que se é portador de um destino favorável ou penoso. (DIAS, 2014, p.9).

Ao usar a palavra reorientar com uma grafia que destaca o *orí*, como está no título deste artigo, infere-se não somente o sentido literal da palavra, usada na língua portuguesa para expressar um processo de orientar-se novamente; dar ou ganhar uma orientação. Mas, também, o processo de se orientar novamente usando o conceito de *orí* e seu lugar na formação do sujeito *yorubá* e sua construção sociológica em comunidade como guia.

Tal expressão, já foi usada por Anin Urasse para pontuar a importância da obra de Beatriz Nascimento para o povo negro:

Que suas palavras, Mameto Beatriz, re-orí-entem, re-orí-ontologizem o nosso povo. Que suas palavras nos tragam de volta o sentido de mundo e muntu dos africanos e africanas do continente e da diáspora. Que suas palavras despertem em nós o poder de ori-presença, ori-ciência e ori-potência. Que grande presente é ter sua obra agora em livro! (URASSE, 2018 apud NASCIMENTO, 2018, p.19).

Desta forma, re(orí)entar num campo simbólico seria o processo de reconhecer o lugar do povo negro brasileiro, os africanos em diáspora, como uma das bases sólidas da construção desse território e da cultura aqui existente. Ainda no campo simbólico, re(orí)entar seria orientar-se novamente para ver o

mundo como a sociologia e a filosofia africana o veem. Desta forma, não caberia nessa orientação a visão patriarcal da sociedade, imposta pela cultura eurocentrada, através do processo de colonização e escravização do continente africano no século 19.

Partindo desse pensamento, esse trabalho objetiva analisar como essa inserção do sujeito negro, especificamente da mulher negra, se dá em todo o ecossistema da indústria musical, sobretudo nos locais de tomada de decisão desse ecossistema. Tais como: empresariamento artístico, curadoria artística, assessoria de imprensa e gestão de políticas públicas para esse segmento da economia criativa brasileira.

Buscou-se, portanto, analisar a presença da mulher negra nesses espaços da indústria musical brasileira, e do papel da mulher negra na consolidação da carreira artística e imagem de nomes negros do mercado da música entre os anos 2010 e 2019. Este recorte temporal foi escolhido após uma pesquisa bibliográfica inicial, feita em grandes portais de pesquisa acadêmica como Scielo¹, e portais brasileiros de comunicação e jornalismo musical como Intercom², sobre o os principais ritmos ditos como negros na história da indústria fonográfica brasileira e a inserção das mulheres negras no mercado durante a ascensão dos mesmos, num momento anterior ao ano de 2010.

Os resultados evidenciaram poucas pesquisas e a baixa presença de mulheres negras na cadeia produtiva da indústria musical brasileira, apesar do crescimento da representatividade e do discurso de gênero e racial levantado por artistas negros contemporâneos.

Pensando no valor simbólico do processo de re(orí)entar a presença do sujeito negro através da cultura e da indústria musical, tendo a música como um dos principais veículos de comunicação da cultura negra brasileira, este artigo busca analisar não somente a presença dessas mulheres, mas a importância social da construção de carreira artísticas negras em parceria com seus pares.

¹ <https://www.scielo.br/>

² <http://www.portalintercom.org.br/>

2 AS VÁRIAS FACES DA CULTURA

O conceito de cultura sofreu diversas mutações durante a história descrita pela sociedade ocidental europeia. Em seu estudo sobre cultura e democracia, a filósofa Marilena Chauí (2008) aponta que nos primeiros momentos, ao longo do século 18, o conceito de cultura era visto como sinônimo de civilização.

A cultura então passa a ser usada como indicador do grau de civilização de uma sociedade. O conjunto de práticas entendidos como cultura, estabelecido como: artes, ciências, técnicas, filosofias e ofícios, usados para avaliar sociedades a partir do conceito de civilização estabelecido pela Europa ocidental, através de padrões civilizatórios eurocêntricos

Mais à frente na história, durante o Iluminismo do século 19, o conceito de cultura estabelecido anteriormente foi usado para medir o grau de progresso de uma civilização. Feito a partir de um conceito linear de tempo e de evolução cunhado também com base em padrões europeus, e que agora também era capitalista. Sociedades, então, passaram a ser medidas de forma evolucionista. De acordo com Chauí (2008):

As sociedades passaram a ser avaliadas segundo a presença ou a ausência de alguns elementos que são próprios do ocidente capitalista e a ausência desses elementos foi considerada sinal de falta de cultura ou de uma cultura pouco evoluída. Que elementos são esses? O Estado, o mercado e a escrita. Todas as sociedades que desenvolvessem formas de troca, comunicação e poder diferentes do mercado, da escrita e do Estado europeu, foram definidas como culturas “primitivas”. Em outras palavras, foi introduzido um conceito de valor para distinguir as formas culturais. (CHAUÍ, 2008, p.5).

Esse direcionamento filosófico estabeleceu um padrão sobre o que era cultura, e assim evoluído, e o que era primitivo, partindo sempre da visão do não-primitivo, ou seja, a civilização europeia-ocidental. A cultura europeia se estabeleceu como um padrão civilizatório a ser alcançado, um modelo de civilização não-primitiva e desenvolvida a ser copiado pelas demais civilizações que, neste momento, foram determinadas como não evoluídas, não desenvolvidas e primitivas por não seguirem a norma estabelecida. Tal pensamento justificou o processo de colonização, tendo como suposto objetivo

levar a civilização e cultura a sociedades que não seguiam as normas de mercado, comunicação e Estado vigentes.

Hoje entendemos cultura como o conjunto de símbolos, signos, práticas e valores definidos por um sujeito humano para si ou para comunidade que está inserido. Ainda, de acordo com a autora, o termo cultura pode ser entendido como:

Produção e criação da linguagem, da religião, da sexualidade, dos instrumentos e das formas do trabalho, das formas da habitação, do vestuário e da culinária, das expressões de lazer, da música, da dança, dos sistemas de relações sociais, particularmente os sistemas de parentesco ou a estrutura da família, das relações de poder, da guerra e da paz, da noção de vida e morte. (CHAUÍ, 2008, p.57).

Partindo desse conceito, é possível analisar a forma como as diversas culturas africanas, ao serem forçadas a diáspora pelo processo de colonização, se estabeleceram no Brasil e se reorganizaram na cultura afro-brasileira. Segundo Jurema Werneck, (2013), durante o período escravista da sociedade brasileira, a música adquiriu o papel comunicativo de princípios próprios, afirmação e resistência de modelos de sociedade africanos e do negro como sujeito entre a população africana em diáspora no território brasileiro. A música ainda possibilitou a circulação de informações sobre o regime de opressão vigente, elaborando e disseminando estratégias de liberdade.

A autora ainda nos aponta autores que corroboram com a sua afirmação da música ser um importante veículo de comunicação do povo negro e elemento na construção de identidade negra. Tal qual, Stuart Hall discute a respeito que, o povo em diáspora negra tem, em oposição a tudo isso, o domínio cultural da escrita, encontrado de forma profunda a estrutura da sua vida cultural na música (HALL, 2003c, p.342); e Muniz Sodré, em onde havia samba estava o negro, uma demonstração de resistência a redução do corpo negro a uma máquina produtiva e como afirmação da continuidade do universo cultural africano (SODRÉ, 1998, p.12).

Diante dessas questões, este trabalho busca analisar a inserção do sujeito negro, especificamente da mulher negra, em todo o ecossistema da

indústria musical, principalmente nos locais de tomada de decisão desse ecossistema, pensando o papel da mulher negra na formação de grandes nomes negros na indústria musical brasileira nos anos 2000. Para isso, partimos desse pressuposto da música como elemento de comunicação e elemento cultural central na formação da cultura afro-brasileira e na formação da identidade do sujeito negro brasileiro.

3 O APAGAMENTO DA CULTURA NEGRA NA HISTÓRIA DA CULTURA BRASILEIRA

Para Maria Aparecida Bento (2002), após a abolição da escravatura, a elite branca brasileira estava com medo da massa de negros livres no país. Na época, essa massa vivia de forma miserável, graças às consequências de quatro séculos de escravidão, entre elas o isolamento econômico promovido com a exclusão do negro no recém-criado mercado de trabalho remunerado brasileiro.

A autora aponta o trabalho de Célia Marinho de Azevedo em *Onda Negra, Medo Branco* (1987), que mostra como a elite branca e pensadora brasileira, com ascendência europeia, importava teorias racistas europeias. Tais pensamentos e, por consequência, o medo da população negra que neste momento era a maioria da população brasileira, guiou um processo de imigração europeia coordenado pelo estado brasileiro como forma de apagar culturalmente a população negra brasileira e deixar majoritariamente branco.

Esse medo do negro que compunha o contingente populacional majoritário no país gerou uma política de imigração europeia por parte do Estado brasileiro, cuja consequência foi trazer para o Brasil 3,99 milhões de imigrantes europeus, em trinta anos, um número equivalente ao de africanos (4 milhões) que haviam sido trazidos ao longo de três séculos. (BENTO, 2002, p 12).

Ainda com medo, a elite branca brasileira investiu também na exclusão total da população negra no processo de industrialização, que começava neste momento no Brasil, na marginalização da população negra livre, e no confinamento carcerário e psiquiátrico dos negros. Jessé de Souza (2017) aprofunda um pouco mais a reflexão sobre o processo de construção das classes sociais brasileiras e a exclusão da população negra. O autor nos mostra como a cultura pode ser usada no processo de homogeneização de um povo:

O culturalismo, falso cientificamente como ele é, cumpre assim exatamente as mesmas funções do racismo científico da cor da pele. Presta-se a garantir uma sensação de superioridade e de distinção para os povos e países que estão em situação de domínio e, desse modo, legitimar e tornar merecida a própria dominação. (SOUZA, 2017, p. 16).

A música negra, ou seja, a música com referências de instrumentos e ritmos africanos executada e disseminada por africanos em diáspora, teve grande influência e contribuição na construção da sociedade brasileira e na identidade do negro brasileiro. E, segundo Martha Abreu (2015), apesar de todas as políticas de branqueamento da população no período pós-abolição e algumas teorias sobre a inferioridade negra, como o racismo científico que buscava provar a inferioridade física e mental dos negros e mestiços brasileiros, era impossível para os estudiosos negar a origem negra da música popular brasileira que estava em formação.

Ao fazer um recorte para o gênero samba no pós-abolição, o Rio de Janeiro teve um papel central na história do samba, junto com a Bahia. O período da escravidão marcou a cidade com seu legado cultural com rodas de samba, jongo, caxambu e o partido-alto. Após o período escravista, as canções assumiram versões mais modernas, passando a ser conhecidas e divulgadas como “música negra” ou como “música popular brasileira mestiça” ao incluir outros gêneros que nasceram em outras regiões do território nacional.

O mesmo processo de estigmatização do negro na sociedade, exclusão e marginalização ocorreu nos Estados Unidos da América, e com a existência de uma vasta bibliografia sobre, no entanto, aqui no Brasil possuía suas devidas especificidades. Assim como o isolamento econômico, social e cultural do negro. Para que o samba fosse reconhecido como um gênero musical expoente da música brasileira houve muita luta e ação de músicos negros.

Abreu (2015) reforça que, mesmo com todo o sucesso da música negra, o racismo nunca deixou de ser o grande obstáculo no caminho desses artistas. O protagonismo dos artistas negros foi roubado, já que dificilmente eles estariam nos palcos, salvo de forma estereotipadas, ou seja para a comicidade, a ingenuidade e sensualidade exagerada.

O embranquecimento do gênero com origem africana acontece até os dias de hoje, após a sua apropriação por diversos artistas brancos, facilmente consagrados pela mídia brasileira por sua grande expressão artística. Ainda há uma tentativa de vitimização por parte de artistas brancos ao enfrentarem dificuldades em serem aceitos pelo público e críticos negros como artistas do gênero.

Porém, ao falar do apagamento da comunidade negra na indústria musical brasileira, há um tópico que também deve ser levado em consideração: o mercado de trabalho da indústria musical e a inserção da população negra nele. Todo o processo que envolve a construção de uma carreira artística é feito em rede, e a possível ausência de pessoas negras nessa rede e nos lugares de tomadas de decisão dentro da indústria podem apontar que é necessário efetuar um recorte de raça no mercado musical brasileira contemporânea para que o processo de apagamento da população negra e sua cultura seja revertido.

4 O NEGRO NA INDÚSTRIA MIDIÁTICA BRASILEIRA

A música negra sofreu uma marginalização cultural que consistiu em inúmeras tentativas de apagamento cultural da população negra, e a desvalorização dos ritmos negros ao serem categorizados como populares. Essa categorização tinha o objetivo de distinguir a expressão cultural negra da cultura europeia, tida como evoluída e um capital a ser adquirido de acordo com a sua posição social na sociedade de classes. Apesar disso, a música negra chamou a atenção de intelectuais, músicos eruditos e empresários, fazendo sucesso nos principais palcos do mundo.

Naquele momento, a indústria fonográfica que havia sido recentemente criada, viu nos ritmos negros uma oportunidade de renovar o cenário musical vigente e a transformou em produto. Por isso, disseminou ainda mais o ritmo pelo mundo e criou oportunidades de trabalho para pessoas negras dentro da indústria.

Contudo, conforme Abreu (2015), da mesma forma que a música negra foi disseminada pela indústria, também foi difundida a crença de inferioridade da população não-branca, assim como o estabelecimento de limites da inclusão social destes no sistema social vigente.

A música também serviu como forma de naturalizar, acentuar e ridicularizar as diferenças entre as identidades culturais e raciais. A representação dos sujeitos não-brancos, difundida juntamente com sua música, serviu para consolidar imaginários coletivos negativos em relação a estes sujeitos, usando de estereótipos raciais e perpetuando a ascensão social da população negra no mundo artístico.

Os significados atribuídos aos personagens negros e a seus gêneros musicais, nos teatros, nas gravações sonoras e nas capas de edições de partituras podiam representar alegorias das desigualdades raciais que se reproduziam após o fim da escravidão. (ABREU, 2015). No Brasil, a maneira como a indústria cultural se organizou não foi muito diferente, o produto negro teve o papel central na sua consolidação.

Assim como nos outros palcos do mundo contemporâneo, houve no país um interesse nos ritmos e expressões culturais negras, mas acompanhado de uma representação satirizada, infantilizada e marginalizada das pessoas não-

brancas. Em seu estudo, Abreu aponta algumas referências de uma representação satirizada da população negra chamada de *blackfaces*, que consistia em personagens pintados de graxa preta com características físicas e gestuais da população negra representadas de forma exagerada para que fosse cômica. Ela era usada nos espetáculos musicados em festas, casas musicais especializadas e circos ao redor do território brasileiro.

Todavia, apesar do imaginário construído com essas representações racistas, os músicos e produtores culturais negros tiveram um papel fundamental na luta contra os estereótipos racistas vigentes. Eles faziam de sua música uma forma de ressignificar seus signos, além de transformar a popularidade atribuída aos mesmos em novas formas de expressar a luta pela igualdade e pela valorização das expressões culturais da população negra e não-branca. Consolidando, mais uma vez, a música como um veículo de comunicação fundamental para a disseminação de sua luta e construção identitária.

4.1. A MULHER NEGRA NA INDÚSTRIA DA MÚSICA

Ao propormos um recorte racial na análise do mercado cultural e musical brasileiro, é preciso considerar a intersecção do recorte de gênero. No processo de apagamento social e cultural da população negra e do estabelecimento de uma estrutura de opressões a população negra brasileira, a mulher negra acumulou mais de uma opressão social. Ao inferir que essa estrutura de opressão social se repete no mercado cultural e musical brasileiro, nota-se que a mulher negra, assim como na sociedade, está na base da estrutura do mercado de trabalho desse setor.

De acordo com Lélia Gonzalez (1982), a mulher negra é o grupo mais afetado pelas condições de desigualdade impostas pela sociedade. A intersecção de diversas formas de opressão, apontadas também por Angela Davis (2016), mantém a mulher negra na base da pirâmide da sociedade brasileira, tal qual na sociedade mundial.

Para Beatriz Nascimento (2018), a relação da mulher negra com o trabalho é a mesma que a sua posição social, de modo que a mulher negra continua ocupando papéis e espaços que lhe foram designados desde a escravidão, o papel servil. Durante a industrialização há uma mobilidade

trabalhista e social oferecida a mulheres e homens brancos, mas que é negada a mulheres negras.

Dessa forma, não surpreende que a população negra brasileira, em especial as mulheres negras, buscassem formas de sobrevivência e de acesso ao capital através de práticas que viriam a ser entendidas como empreendedoras. Compreendendo o empreendedorismo como uma atividade criativa e inovadora, buscando resultados pré-definidos. Conforme Baggio e Baggio (2014), o empreendedor precisaria ser uma pessoa que tem iniciativa de criar um novo negócio utilizando de recursos disponíveis para, de forma criativa, modificar e transformar o ambiente social e econômico onde está inserido.

Partindo da trajetória histórica de opressões da população negra, e da mulher negra e sua exclusão do mercado de trabalho, foi no empreendedorismo que essa parcela da população encontrou formas de usar sua sabedoria ancestral para inovar e construir uma nova realidade para si e para sua comunidade.

Segundo Dos Santos Lima e Benevides (2018), o Afroempreendedorismo, termo cunhado um século mais tarde, se refere a prática da população declarada negra de empreender:

Portanto, é diante desse cuidado e respeitando, entendendo a trajetória histórica das dificuldades de inserção dessa parcela da população nas variadas esferas da sociedade, entende-se por afroempreendedor(a), o empresário(a) que autodeclara-se negro(a) e realiza as atividades pertinentes a prática do empreendedorismo. (DOS SANTOS LIMA, BENEVIDES, 2018, p.18)

O processo de consolidação da indústria cultural e musical brasileira não foi gentil para a mulher negra. Enquanto se consolidava como uma indústria masculina e que se apropriou dos valores materiais e simbólicos da população negra, reproduzindo as normas sociais da época, estas racistas e patriarcais, a indústria musical brasileira deixou de fora a mulher negra.

Apesar da mulher negra ter um papel central em sua comunidade, sendo responsável pela sobrevivência material e simbólica do contingente negro; e de ser o sujeito-suposto-saber da africanização do português falado no Brasil, e da própria africanização da cultura brasileira (GONZÁLEZ, 1982). Essa mesma

mulher foi apagada das narrativas da implantação e consolidação da indústria cultural da época, não tendo seu protagonismo e seu papel na formação da indústria documentado devidamente.

Seguindo o sistema patriarcal vigente, boa parte da música popular veiculada nas primeiras décadas do século XX disseminaram ideias de inferiorização e subordinação das mulheres negras. Com isso, legitimaram o policiamento, a interdição de sua presença em lugares públicos e a violência como modo de contenção das mesmas.

A mulher negra nos espaços públicos e as trocas culturais eram considerados costumes de diferentes povos africanos aqui em diáspora. Mas como resultado da mensagem patriarcal normativa imposta pela sociedade branca, foi intensamente policiada e estigmatizada (WERNECK, 2013).

Apesar da estigmatização, mulheres negras estavam nas ruas onde as trocas culturais e sociais aconteciam, seja por conta das suas vivências e costumes tradicionais, seja pela marginalização que as fazia procurar oportunidades de ganhos financeiros para manter suas famílias.

Já executando como forma de sobrevivência o que mais tarde chamaríamos de afroempreendedorismo (OLIVEIRA, 2019) e de empreendedorismo criativo. Essas mulheres estavam posicionadas de forma a serem vistas quando a popularização do rádio acontecer, criando oportunidade para que artistas mulheres negras pudessem se inserir de forma ampla.

Assim, as mulheres negras puderam estar presentes nos diferentes momentos e movimentações que consolidaram vários produtos culturais populares que vieram a ser veiculados pela indústria incipiente: cantos, danças, instrumentos musicais, entre outros. (WERNECK, 2013, p.11).

A autora nos apresenta exemplos de mulheres negras que conseguiram se inserir na indústria musical por meio do rádio, por exemplo. Mas que também tiveram um papel central na consolidação de comunidades e produções culturais da população negra através de seus posicionamentos e construção de imaginários positivos acerca da mulher negra. Sendo assim, são elas: Araci Cortes (1904 - 1985), Aracy de Almeida (1914 - 1988), Carmem Costa (1920 - 2007), Dolores Duran (1930 - 1959), Tia Ciata (1854 - 1924) e Elza Soares (1950 - presente) e entre outras.

4.2 O PAPEL DA MULHER NEGRA NA FORMAÇÃO DE GRANDES NOMES DA MÚSICA NEGRA CONTEMPORÂNEA BRASILEIRA

Abordamos neste trabalho o papel central da mulher negra na disseminação da cultura negra afro-brasileira, usando da música como seu principal veículo de comunicação, além da participação de mulheres negras na formação da indústria fonográfica brasileira. Contudo, salienta-se que, neste primeiro momento, essa participação tinha o propósito de buscar oportunidades financeiras a partir da inserção dessa mulher no que hoje chamamos de mercado da economia criativa.

Tal afirmação pode ser exemplificada na história contada por Elza Soares durante entrevista para a Revista *Claudia* em 2019. Ao ser questionada sobre o título de seu mais recente álbum “Planeta Fome” a artista compartilha que o título remete à frase dita em sua primeira apresentação artística no programa de auditório de Ary Barroso, na extinta rádio Tupi, ainda aos treze anos de idade. A cantora, que tinha sido forçada ao casamento aos doze anos, resolveu se apresentar no programa por necessitar de dinheiro para comprar remédios para seu filho doente.

Ao subir no palco para se apresentar com roupas emprestadas de sua mãe e pesando somente 35 quilos, a artista recebeu risadas da plateia por sua aparência. E viu também o apresentador rindo da situação, quando perguntou à artista de que planeta ela tinha vindo.

Elza lembra que a plateia do show de calouros riu ao vê-la daquele jeito no palco. E, fazendo graça, Ary Barroso lhe perguntou: “De que planeta você veio, minha filha?”. Todos riram mais ainda, mas a resposta pegou as pessoas de surpresa. “Do mesmo planeta que você, seu Ary. Do planeta Fome”. (REVISTA CLAUDIA, 2019).

Também abordamos neste artigo o processo de apagamento da figura negra na construção da cultura brasileira e na indústria musical brasileira que estava em formação. Entendendo esse processo, há inúmeros estudos sobre a importância da representatividade da figura negra na indústria musical contemporânea e os locais de fala abertos por essa representação.

No samba, tido como o gênero musical base da cultura afro-brasileira, como já dito acima, pode-se identificar mulheres negras de extrema importância

no estabelecimento do gênero como movimento cultural. Algumas delas são: Tia Ciata (1854 - 1924), Clementina de Jesus (1901 - 1987), Jovelina Pérola Negra (1944 - 1998), Dona Ivone Lara (1921 - 2018), e Leci Brandão (1944 - presente).

Essas mulheres contribuíram imensamente para o gênero como artistas, compositoras, produtoras culturais e articuladoras. E, apesar de seu lugar de protagonismo na formação do gênero e do sujeito negro dentro da indústria que foi construída ao redor do samba, foram pouco reconhecidas na história contada sobre essa construção. Em um primeiro levantamento bibliográfico, foi impossível identificar registros de mulheres negras empresárias, produtoras musicais, curadoras ou em posições de tomadas de decisões na indústria fonográfica nesse processo.

A cantora e compositora Leci Brandão, atualmente Deputada Estadual pelo estado de São Paulo, tem feito um trabalho importante com políticas públicas em prol da cultura negra no estado. No Axé Music, um dos mais rentáveis gêneros musicais na história da indústria musical brasileira, foi possível identificar nomes de artistas negras importantes para a construção histórica do gênero, como as vocalistas da Banda Mel, Janet e Jaciara, Margareth Menezes, a vocalista da banda Reflexus, Marinês, e as diversas vocalistas do bloco Ilê Aiyê.

O mesmo acontece nos gêneros musicais Funk e Rap. No entanto, foi possível notar um aumento do número de mulheres na indústria fonográfica a partir dos anos 2000 e 2010. Esse movimento se dá majoritariamente por meio de artistas negras, não tendo o restante do ecossistema de trabalhadoras da indústria fonográfica acompanhado esse crescimento.

De acordo com os resultados da pesquisa brasileira executada pelo DATASIM³, apesar de 82% das 612 mulheres que responderam completamente a pesquisa se considerarem feministas, apenas 59,6% delas faz uso da contratação de mão de obra feminina para reverter o machismo na indústria.

A pesquisa também mostrou que somente 10,95% das mulheres na indústria da música são pretas e, que somente 15,03% são pardas. Este resultado indica que a construção de um mercado musical brasileiro menos desigual precisa urgentemente ter um recorte racial, juntamente com o recorte

³ Núcleo de pesquisa e organização de dados e informações sobre o mercado da música no Brasil, associado a Semana Internacional de Música de São Paulo – SIM.

de gênero. A pesquisa aponta que há uma possibilidade de mulheres estarem começando a ocupar espaços de liderança dentro da indústria, mas como o recorte de raça não prossegue durante o restante dos resultados apresentados, é impossível dizer nesta pesquisa se essas mulheres também são negras.

A falta de trabalhos produzidos anteriormente com tais recortes impossibilita um resultado mais assertivo na metodologia de pesquisa teórica da análise proposta no presente trabalho. Parte-se, então, para uma abordagem qualitativa, efetuada em forma de entrevista com sujeitos selecionados de acordo com os dados coletados até o momento.

5 METODOLOGIA: OS CAMINHOS PARA CHEGAR ATÉ ESSAS MULHERES

Para analisar o papel da mulher negra nos processos de construção da carreira e imagem dos nomes negros da indústria musical brasileira contemporânea, optou-se por trabalhar com duas técnicas de pesquisa, a pesquisa bibliográfica e entrevistas.

A pesquisa bibliográfica, utilizada no primeiro momento da pesquisa, foi constituída com base em livros e artigos científicos sobre a temática da indústria cultural e musical nacional, assim como fontes bibliográficas sobre a mulher negra brasileira. No segundo momento, utilizou-se a entrevista como técnica de coleta de dados interessantes para a linha de pesquisa do presente trabalho.

Para a coleta desses dados com abordagem qualitativa em forma de entrevistas pretendeu-se entrevistar mulheres negras que tiveram um papel importante na construção e consolidação da carreira de nomes negros na indústria musical brasileira no período focado, como produtoras, empresárias, assessoras, gestoras e curadoras.

De acordo com Antonio Carlos Gil (2008), a técnica de entrevista é adequada para obter informações sobre saberes e vivências únicas de mulheres negras que participaram da formação de nomes negros da música no período selecionado. Portanto, buscou-se investigar e analisar essas informações através de entrevistas semiestruturadas, com perguntas pré-definidas, mas com ordem e redação variáveis.

As entrevistas aconteceram de forma remota, por meio de videochamadas, entre os dias 05 e 26 de fevereiro de 2021. Para a abordagem qualitativa foram escolhidas as seguintes mulheres negras referência em seu campo de atuação: Marta Carvalho, Eliane Dias, Ciça Pereira, e Ana Claudia Luiz, além da socióloga Dani Ribas, responsável pela pesquisa do DATASIM.

Marta Carvalho atua há mais de vinte anos no mercado da cultura como atriz e produtora cultural, sendo considerada uma das mulheres negras mais influentes na produção cultural do país.

Ciça Pereira, é gestora de políticas públicas, empreendedora, pesquisadora de políticas culturais e culturas tradicionais banto, atualmente socio-proprietária da produtora artística e cultural Zeferina Produções, que

gerencia carreiras, projetos e faz representação comercial de artistas além da captação e gestão de projetos culturais.

Eliane Dias é empresária e advogada, está à frente da gestão da carreira dos Racionais MC's, o maior grupo de rap do país, e de outros oito artistas. Além do trabalho na produtora, ela também equilibra a militância política e as palestras que faz pelo Brasil sobre assuntos ligados a gênero, classe e raça.

A jornalista Ana Claudia Luiz possui mais de dez anos de experiência na área de assessoria de imprensa. Na área de música, trabalhou com artistas como Seu Jorge, Black Alien, Flora Matos, MC Sombra, Sidney Magal e Luedji Luna, além de ter sido a responsável pela comunicação de shows do Coldplay (, Allianz Parque, 2017) e Dua Lipa (Áudio Club, 2017). Atualmente, é coordenadora de imprensa na agência Lema, responsável pela comunicação e gerenciamento de clientes globais como Converse, Lagunitas, Havaianas, Coca-Cola (Fanta, Sprite e Matte Leão) e entre outros.

A socióloga Dani Ribas é diretora de Pesquisa do DATASIM e da Sonar Cultural Consultoria e Pesquisa. Presta consultoria a artistas, selos e managers na área de planejamento, gestão de carreiras e engajamento de público.

6 AS IYABÁS DA MÚSICA NEGRA BRASILEIRA

Segundo Reginaldo Prandi (2001), da perspectiva *yorubá* tradicional e da perspectiva dos seguidores de sua religião nas américas, os orixás são deuses que receberam do Ser Supremo, chamado de *Olodumare*, a responsabilidade de criar e governar o mundo. Sendo cada um responsável por certos aspectos da natureza, dimensões e condições da sociedade humana. Para Pierre Verger (2002), orixás são força pura, um *asé* (energia) imaterial que somente se manifesta perceptível aos humanos ao incorporar seus filhos.

Da perspectiva do culto de candomblé *yorubá*, os orixás têm energia masculina, feminina e de gênero fluido. As Orixás femininas do Panteão do Candomblé de tradição *yorubá*, também cultuado nas américas, são chamadas de *lyabás*, palavra que conforme Moraes e Alves (2017) pode ser traduzida livremente como “mãe”.

Entendendo a relação dessas deusas do candomblé com as forças da natureza e a correspondência simbólica dos orixás com a natureza dentro da cosmologia da tradição *yorubá*. Neste trabalho buscou-se relacionar o papel simbólico das *lyabás* com as mulheres escolhidas para documentar o papel da mulher negra na construção de grandes nomes da música negra brasileira contemporânea. Dessa forma, baseia-se na afirmação de Moraes (2017) para pensar em quem seriam as *lyabás* da música negra brasileira:

Dado este panorama geral, podemos pensar essas deusas numa “versão” mais aproximada das feminilidades das mulheres ocidentais contemporâneas, assim sendo, Nanã aproxima-se da figura da avó, Iemanjá possui o arquétipo da mãe, Obá a mulher madura já infértil e sem filhos, Iansã a mulher adulta que vive em plenitude sua sexualidade, Oxum a mulher jovem que começou a menstruar e Euá a jovem virgem pré-adolescente. (MORAES & ALVES, 2017, p.132).

Ao escolher mulheres negras que são referência em seu campo de atuação para realizar as entrevistas, de acordo com essa (orí)entação do papel simbólico das *lyabás*, buscou-se cobrir os principais lugares estratégicos de tomadas de decisão para uma carreira artística na indústria da música. Também se tomou o cuidado de descentralizar ao máximo da cidade de São Paulo quando

falamos da origem dessas mesmas mulheres, para entendermos sobre o acesso que as mesmas tiveram a indústria da música, e por fim, buscou-se mulheres negras em diferentes faixas etárias.

Pensar mulheres negras responsáveis por empresariar, alavancar, assessorar, curar e gerir grandes nomes negros da música brasileira contemporânea para documentar no presente trabalho exigiu um momento de reflexão. Como tratado anteriormente, a mudança do imaginário sobre a mulher negra na indústria musical durante a referida década e as representações de mulheres negras que ajudaram essa mudança somente estavam nos palcos.

Nos bastidores, a cadeia ao redor desses grandes nomes continuava basicamente a mesma. Até mesmo os nomes de artistas mulheres negras expoentes no mercado musical na década de 2010, como Elza Soares, Karol Conká e Xênia França, por exemplo, não tem mulheres negras em suas equipes mais próximas e responsáveis por tomadas de decisões importantes em suas carreiras.

Isso porque, de acordo com Ana Claudia Luiz, assessora de imprensa, a indústria da música reservou na década anterior ao período dessa pesquisa dois papéis para a mulher negra: a mulher negra potência artística e a mulher negra não competente para tomar decisões. A indústria musical entendeu a mulher artista negra como essa potência de representação, essa potência artística e esse produto comercial, como exemplifica Marta Carvalho, curadora e produtora cultural:

A gente tem uma função não somente artística, como uma função social. É muito pesado porque o que a gente tem de mais forte é a nossa narrativa nenhuma outra mulher pode contar o que a gente conta, da forma que a gente conta e alcançar o mesmo público que as outras estão alcançando, porque se a gente for dividir esse público entre brancos e não-brancos a gente vai entender que essas artistas não-brancas elas acessam todo esse universo e com mais ênfase no universo das pessoas brancas. (CARVALHO, 2021).⁴

Em paralelo, durante a mesma década, a indústria musical seguiu o modelo da sociedade ao inserir a mulher negra em seu mercado de trabalho, reservando para ela o papel de servil. Ignorando sua existência e possível

⁴ Trecho de entrevista concedida à autora, em fevereiro de 2021

mobilidade para lugares estratégicos de tomada de decisão na carreira de artistas de sua comunidade. Tal hipótese é corroborada durante as entrevistas, quando nenhuma das entrevistadas, mulheres notáveis em suas carreiras e segmentos de atuação durante a década de 2010, tiveram mentoras negras ou souberam apontar referências de mulheres negras anteriores dentro do mercado de trabalho da indústria musical.

Essas *iyabás* têm origem parecida, em sua maioria cresceram em periferias ou cidades do interior com heranças escravocratas e seus marcadores sociais como grupo também são parecidos. Quando perguntadas sobre suas referências culturais, todas citaram grandes nomes negros da música brasileira e movimentos culturais negros, como os bailes *blacks* e o samba. Ainda em sua maioria, apontaram a família e seus ciclos sociais negros como algum tipo de referência cultural em suas experiências profissionais posteriores.

A inserção dessas mulheres no mercado da música brasileira também se deu semelhantemente, apesar do contato prévio com o mercado cultural, a entrada na indústria da música veio após a necessidade de criar um ambiente que possibilitasse a inserção de seus pares e a sua própria inclusão.

Essas mulheres, anteriormente, trabalhavam como pesquisadoras, gestoras de políticas públicas, advogadas e artistas, e enxergaram no mercado da música uma possibilidade de criar formas de vivências para seus artistas e seu povo. Pois, estavam insatisfeitas com a forma que as carreiras e as culturas negras que estavam sendo representadas até então.

As dificuldades enfrentadas nessa inserção foram muitas, as mesmas enfrentadas na década anterior se repetiram durante o período de 2010 - 2019 no mercado de trabalho cultural e da indústria da música. A maioria delas levantou questões sobre o imaginário da mulher negra como incompetente para o mercado de trabalho musical. De acordo com a empresária Eliane Dias,

Segue aquilo que nossas mães e nossas avós falaram: você vai ter que ser duas vezes melhor. Segue a linha, nada muda. Mulher preta na indústria o caminho continua sendo duas vezes mais longo, ela continua tendo que ser duas, três, quatro vezes melhor e o caminho dela é dez vezes mais longo, porque nós somos poucas e porque nós somos poucas não temos ninguém que nos abrace, que nos apoie. (DIAS, 2021).⁵

⁵ Trecho de entrevista concedida à autora, em fevereiro de 2021

As dificuldades enfrentadas pelas mulheres na indústria da música como um todo foram evidenciadas na pesquisa já citada anteriormente, *Mulheres na Indústria da Música no Brasil*⁶ comandada por Dani Ribas, socióloga e diretora do DATASIM. Porém, dados mais precisos sobre as mulheres negras da indústria foram impossíveis de serem segmentados, devido à falta de verba para uma segunda fase da pesquisa, que previa um recorte racial para os seus resultados, entendendo o abismo de desigualdade racial nos dados coletados na primeira fase.

Contudo, de acordo com a pesquisadora durante a entrevista, a urgência de evidências que pudessem embasar políticas públicas e programas de inclusão racial e de gênero dentro da indústria musical não foram atraentes. Deste modo, não foi possível conseguir aporte financeiro para a continuação da pesquisa.

Ainda durante a entrevista, a pesquisadora aponta que realizou recentemente, em parceria com SATÉLITE LAT, uma versão chilena da pesquisa, possibilitando assim uma análise comparativa com outras realidades internacionais de mulheres nas indústrias musicais locais.

Em uma rápida comparação, Ribas evidencia respostas que demonstram como as chilenas sofrem mais com *mansplanning*⁷, por exemplo, enquanto, as brasileiras sofrem mais com abuso sexual. E alerta que essa gravidade de opressão de gênero na indústria musical brasileira pode ser herança de uma sociedade escravagista e racista, que perpetua a intersecção de opressões nas mulheres negras até hoje.

⁶ Pesquisa DATASIM “Mulheres na indústria da música no Brasil, obstáculos, oportunidades e perspectivas. Disponível em: <https://datasim.info/pesquisas/baixe-gratuitamente-a-pesquisa-completa-data-sim-mulheres-na-industria-da-musica-no-brasil-obstaculos-oportunidades-e-perspectivas/>. Acesso em: 26 de janeiro de 2021

⁷*Mansplaining* é um termo criado da junção das palavras em inglês *man* (homem) e *explain* (explicar). Usado para descrever quando um homem tenta explicar algo para uma mulher, assumindo que ela não entenda sobre o assunto. Essa explicação é dada sem que a mulher tenha pedido, e muitas vezes se refere à assuntos óbvios, ou que a mulher tenha domínio. O termo *mansplaining* foi inspirado pelo ensaio da escritora Rebecca Solnit, chamado “Os Homens Explicam Tudo Para Mim”, de 2008.

Apesar das dificuldades e intersecções de opressões vividas por mulheres negras na sociedade na indústria musical brasileira, as mulheres selecionadas para as entrevistas na pesquisa personificaram o papel simbólico social de *Iyabá* e criaram novos moldes de carreira, de comunicação e de curadoria para a inclusão e a exaltação da cultura afro-brasileira na indústria musical.

As *Iyabás* da música brasileira usaram de saberes e expertises adquiridos durante sua caminhada para pensar em novos modelos de negócio para carreiras negras, novas formas de comunicação para artistas e projetos negros, novas formas de curadoria pautando o olhar não-branco dentro dessas construções que tem o poder de disseminar música para grandes massas.

Essas mulheres usaram de tecnologias e práticas ancestrais para criar inovações sociais pautadas em comunicação por meio da música para a população afro-brasileira e quem mais estivesse ouvindo. Pessoas que estivessem atentas às grandes mudanças que estavam sendo comunicadas, assim como fora pelos seus ancestrais.

Ao abordar o relacionamento interpessoal entre equipes dentro desse mercado de trabalho, essas *Iyabás* têm promovido inclusão de gênero e raça ao pautarem a construção de equipes de trabalho com seus pares, ao dar preferência de contratação para pessoas negras e LGBTQIA+ em seus trabalhos e projetos.

Ainda nesse papel simbólico de *Iyabá*, numa relação direta com artistas e nomes música negra brasileira contemporânea, essas mulheres proporcionam proximidade e aconchego ainda que com palavras duras. Elas entendem o papel social dessas carreiras negras e o que é necessário para a construção das mesmas, como exemplifica Marta Carvalho:

[...]. Se você parte de uma estrutura de base onde você dialoga com seus pares você consegue projetar onde você quer chegar sem você se perder... a ausência dos seus pares dentro da construção desta carreira da construção desse mercado faz com que mais uma vez a gente continua no mesmo lugar então quando você acha que você venceu você não venceu você simplesmente foi conduzida a seguir essa caminhada que é imposta pelas pessoas brancas. É isso. Esse é o mercado. (CARVALHO, 2021).⁸

⁸ Trecho de entrevista concedida à autora, em fevereiro de 2021.

E entendem as necessidades pessoais e ancestrais desses artistas como sujeitos negros inseridos em uma sociedade e em uma indústria musical eurocentrada que ignora práticas e valores ancestrais que são de grande importância para esse sujeito, como exemplifica Eliane Dias:

Muitos artistas que tem altos e baixos na carreira, muitos artistas que tem a falta de compreensão é porque eles estão cercados de pessoas brancas, eles não têm próximos a eles pessoas negras como eles que entendem o que eles tão fazendo, não tem empatia (...) eu posso conversar com artista sobre a religiosidade dele e se o artista falar assim: preciso fazer um Ebó? Eu digo: vamo fazer! Se ele estiver com a cabeça muito quente (...) eu falo amor (...) vai fazer um borí, um banho de folha, um banho de ervas, sabe? (...). Eu tenho isso. Eu posso dizer isso, porque eu sei que meu povo precisa disso. A minha artista preta ela precisa (...). trocar energia (...) .isso vem de lá da África (...). Eu digo: O que vai te dar paz é fazer um borí (...) um tapete de Oxalá (...) é isso que vai acalmar você, entendeu? e isso é só de nós pra nós. (DIAS, 2021).⁹

Em projeções sobre o atual e futuro mercado da música brasileira e a relação das mulheres negras inseridas, todas as *lyabás* apontam para a grande caminhada que precisa ser percorrida ao buscar a equidade de raça e gênero para além dos palcos dessa indústria. Apesar da pressão social, por parte do público negro, sobre a diversidade nas equipes dos produtos culturais que os tem como público alvo, a indústria ainda caminha em passos lentos para a inserção de mulheres negras em lugares estratégicos de tomada de decisão sobre música no Brasil.

Ainda que se tenha a internet, onde um público mais consciente de pautas raciais e de gênero consegue segmentar o que consome através de plataformas de streaming e conteúdo online. Até o presente momento, faltam pessoas negras, em especial mulheres negras, acessando os espaços de grandes decisões sobre o consumo e comunicação de massa no país, como explica Ciça Pereira, empresária artística e gestora de políticas públicas:

(...). Nós conseguimos ir até determinados lugares tem um momento que você depende da aprovação de outros para que aquilo aconteça, né? Hoje a gente não tem como colocar música na novela não tem uma mulher preta trabalhando como diretora musical ali na Globo, por exemplo, eu não tenho a inserção. A

⁹ Trecho de entrevista concedida à autora, em fevereiro de 2021.

tomada de decisão ela não é preta tomada de decisão faz com que a música chegue aos ouvidos da massa porque quando a gente fala de massa a gente está falando de pessoas que não tem opção de escolha (...). Quando a gente observa é que essas pessoas estão na linha de frente da decisão essa música aqui vai tocar na rádio esse artista aqui vai ser a host do só toca top, a gente entende que existe todo um mercado ali que decide qual é o artista que vai aparecer na tv, que decide qual artista que vai estar na novela, (...) isso tudo envolve um grande mercado de Publicidade, um grande mercado da TV da rádio TV e nós não estamos ali na tomada de decisão né? (...) o mercado não traz abertura porque quem tá ali não consome o que a gente tem tá trazendo. (PEREIRA, 2021).¹⁰

O caminho a ser percorrido ainda é grande, mas assim como suas ancestrais, essas mulheres estão criando estratégias para que o acesso da população negra e das mulheres negras à lugares de decisão seja possível, além de ser um caminho mais leve. Há no momento atual, uma movimentação feita com base em redes e comunidades de mulheres negras que visa não somente a inserção da mulher negra no mercado de trabalho, mas sua permanência e desenvolvimento profissional dentro das indústrias.

Essa movimentação está sendo construída através de redes de apoio e comunidades entre as mulheres negras que visam crescer juntas e construir um mercado melhor para elas e para as mulheres negras da nova geração. Ainda, é possível perceber uma movimentação ativista do público consumidor que está alinhado com pautas raciais e de gênero em prol de equipes diversas em projetos, carreiras negras da nova geração da música brasileira e até mesmo na comunicação. Este movimento estratégico por parte do público, em sua grande maioria feminino e negro, pode ser comparado ao movimento do público feminino das rádios apontado por Werneck (2013).

¹⁰ Trecho de entrevista concedida à autora, em fevereiro de 2021.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mulheres negras foram negligenciadas durante todo o processo de construção da sociedade brasileira e da cultura brasileira. Apesar disso, usam dos valores civilizatórios afro-brasileiros para lutar e mover a população negra brasileira junto com cada movimento de mobilidade social que lhe é possível.

A re(orí)entação já acontece todos os dias nas redes criadas por mulheres negras em suas comunidades e, também, no modo online. Seja usando do afroempreendedorismo ou possibilitando estratégias para o acesso de mulheres negras aos lugares de tomada de decisão, essas redes brasileiras têm mudado a realidade do mercado de trabalho da economia criativa, e da indústria da música brasileira.

De acordo com Taís Oliveira (2019), o afroempreendedorismo no Brasil tem um reforço de identidade, cultura, preocupação acerca de questões raciais e políticas, indo muito além de relações somente comerciais. A autora aponta como exemplos, redes de conexão entre afroempreendedores e sua atuação na sociedade ao público e mídias negras, em eventos como a *Feira Preta*, os sites *Alma Preta* e *Blogueiras Negras*, além do projeto *Brasil Afroempreendedor*.

Ainda é possível acrescentar nessa lista comunidades iniciadas por mulheres negras como: *AfroTrampos*, *Indique uma Preta*, *Preta comprando de Preta* e a *Agência Iyabá*. Comunidades que podem exemplificar a maneira como mulheres negras empreendedoras, da economia criativa ou não, têm se relacionado e crescido.

Se cada uma dessas mulheres está mudando o que pode dentro dos moldes da indústria, juntas essas potências com uma geração inteira delas. Donas de suas próprias agências e empresas, as Iyabás estão estabelecendo e fortalecendo o afroempreendedorismo dentro da indústria criativa e da indústria da música.

E a cada porta que elas abrem, uma geração inteira de novas produtoras, assessoras, curadoras, artistas, empresárias e técnicas entra junto. Sabendo que o lugar estratégico que ocupam hoje é resultado de investimentos e estratégias de sobrevivência de suas ancestrais: as Iyabás preparam hoje o futuro das mulheres negras de amanhã.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Martha. O legado das canções escravas nos Estados Unidos e no Brasil: diálogos musicais no pós-abolição. **Revista Brasileira de História**, v. 35, n. 69, p. 177-204, 2015.
- ALMEIDA, S. **O que é racismo estrutural?**. São Paulo: Pólen, 2019.
- AZEVEDO, Celia Maria Marinho de. **Onda Negra, Medo Branco: O Negro no Imaginário das Elites - Século XIX**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1987
- BAGGIO, Francisco Adelar; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Rev. De Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 2014.
- BENTO, Maria Aparecida Silva. Branqueamento e branquitude no Brasil. **Psicologia social do racismo: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil**. Petrópolis: Vozes, p. 5-58, 2002.
- CHAUI, Marilena. Cultura e democracia. **Crítica y emancipación: Revista latinoamericana de Ciencias Sociales**, v. 1, n. 1, p. 53-76, 2008.
- DAVIS, A. Mulher, raça e classe. S. Paulo: Boitempo, 2016.
- DIAS, João Ferreira. À cabeça carrego a identidade: o orí como um problema de pluralidade teológica. **Afro-Ásia**, Salvador , n. 49, p. 11-39, jun. 2014 . Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0002-05912014000100001&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 08 fev. 2021.
- DOS SANTOS LIMA, Anan Karoline; BENEVIDES, Tânia Moura. Economia Colaborativa e Afroempreendedorismo: Uma Análise Sobre Articulação Desses dois conceitos no UJAMAA Coworking. **Revista em Gestão, Inovação e Sustentabilidade**, v. 4, n. 1, 2018.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2008.
- GONZÁLEZ, Lélia. A mulher negra na sociedade brasileira. In: LUZ, Madel T. (org.). **O Lugar da Mulher: estudos sobre a condição feminina na sociedade atual**. Rio de Janeiro, Edições Graal, 1982.
- HALL, Stuart. Que 'negro' é esse na cultura popular negra. In: **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Organização Liv Sovik. Belo Horizonte – Brasília: Editora UFMG/ Representação a UNESCO no Brasil, 2003, p. 335 – 349.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2004**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 04 out. 2020.
- INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Retrato das desigualdades de gênero e raça-1995–2015**. 2017.

INSTITUTO ETHOS. **Perfil social, racial e de gênero das 500 maiores empresas do Brasil e suas ações afirmativas** / Instituto Ethos e Banco Interamericano de Desenvolvimento. 2015.

MORAES, D. B. P.; ALVES, T. D. A. Iyabás em cena: O trânsito e as representações das divindades femininas do Candomblé. **Arte da Cena (Art on Stage)**, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 128–142, 2017. DOI: 10.5216/ac.v3i1.46179. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/artce/article/view/46179>. Acesso em: 1 abr. 2021

NASCIMENTO, Maria Beatriz. A mulher negra no mercado de trabalho. in: **Beatriz Nascimento, Quilombola e intelectual: possibilidade nos dias da destruição**. p. 80–85. Filhos da África, 2018.

OLIVEIRA, Taís Silva. Redes Sociais na Internet e a Economia Étnica: breve estudo sobre o Afroempreendedorismo no Brasil. In: SILVA, Marcelo Pereira da.(Org.) **A influência da comunicação**, p. 277-289. Paraná: Atena Editora, 2019.

PRANDI, Reginaldo. **Mitologia dos Orixás**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

ROZA, Sandra Rita de Cássia. “VOCÊ É UMA RAINHA”: CANTORAS NEGRAS E SUAS AUTORREPRESENTAÇÕES DE RAINHAS EM VIDEOCLIPES. **Revista Docência e Cibercultura**, [S.l.], v. 3, n. 3, p. 105-127, dez. 2019. ISSN 2594-9004. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/re-doc/article/view/44300>. Acesso em: 26 jan. 2021.

SANTOS, Jaqueline S. M., & BRASIL, Natasha F. M. “O grito tem que ser potente”: O feminismo negro de MC Carol e Karol Conka. **Seminário Internacional Fazendo Gênero**, Florianópolis, 2017. Disponível em: www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais1499430358_ARQUIVO_OGritoTemQueSerPotente.pdf. Acesso em: 08 fev. 2021.

SODRÉ, Muniz. **Samba, o dono do corpo**. 2.a edição. Rio de Janeiro, Mauad, 1998.

SOUZA, Jessé de. **A Elite do atraso: da escravidão à Lava Jato**. Rio de Janeiro: Leya, 2017.

VERGER, Pierre Fatumbi. **Orixás**. Salvador: Corrupio Edições, 2002.

WERNECK, Jurema. **Macacas de Auditório? Mulheres negras, racismo e participação na música popular brasileira**. 2013.

_____. **O samba segundo as lalodês: mulheres negras e a cultura midiática**. Rio de Janeiro, Tese (Doutorado em Comunicação) Faculdade de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

Filmografia

AXÉ – O CANTO DO POVO DE UM LUGAR. Direção: Chico Kertész, Produção: Macaco Gordo. Brasil: Zahir, 2017, 1 DVD (107 min).

Referências eletrônicas

REVISTA CLAUDIA. 'Planeta Fome': a história surreal por trás do novo álbum de Elza Soares. Disponível em: <https://claudia.abril.com.br/cultura/planeta-fome-a-historia-surreal-por-tras-do-novo-album-de-elza-soares/>. Acesso em: 25 mar. 2018.