

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

GABRIELA PRADO DA SILVA

**A indústria do entretenimento ao vivo e a ausência de diversidade
étnico-racial no campo da produção**

São Paulo

2024

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

**A indústria do entretenimento ao vivo e a ausência de diversidade
étnico-racial no campo da produção**

Gabriela Prado da Silva

Trabalho de conclusão de curso apresentado
como requisito parcial para obtenção do título
de Especialista em Gestão de Projetos
Culturais

Orientador: Prof. Dr Dennis Oliveira

São Paulo

2024

AGRADECIMENTOS

À minha mãe que se mantém incansável na missão de impulsionar os meus sonhos e apoiar a realização dos meus objetivos mais altos.

A INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO AO VIVO E A AUSÊNCIA DE DIVERSIDADE ÉTNICO-RACIAL NO CAMPO DA PRODUÇÃO¹

Gabriela Prado da Silva²

Resumo: A presente pesquisa busca investigar como o surgimento do entretenimento ao vivo no Brasil, atrelado ao nascimento do Rock In Rio em 1985 dentro de um contexto embranquecido e de privilégios socioeconômicos, colabora para a manutenção da estrutura social que condiciona pessoas pretas a cargos subalternizados e precarizados no campo do trabalho. Para isso, analisaremos grandes festivais de música nacionais, como Rep Festival e Lollapalooza, bem como lançaremos um olhar crítico sobre a ausência de profissionais negros nas equipes de produção desses eventos formadas e lideradas, majoritariamente, por pessoas brancas.

Palavras-chave: Indústria do entretenimento ao vivo. Racismo estrutural. Divisão racial do trabalho. Grupos subalternizados.

Abstract: This research seeks to investigate how the emergence of live entertainment in Brazil, linked to the birth of Rock In Rio in 1985 within a whitened context and socioeconomic privileges, contributes to the maintenance of the social structure that conditions black people in subordinate and precarious positions in the field of work. To do this, we will analyze major national music festivals, such as Rep Festival and Lollapalooza, as well as take a critical look at the absence of black professionals in the production teams of these events, formed and led, mostly, by white people.

Key words: Live entertainment industry. Structural racism. Racial division of labor. Subalternized groups.

Resumen: En esta investigación vamos a ver cómo el surgimiento del entretenimiento en vivo en Brasil, vinculado al nacimiento del Rock In Rio en 1985 dentro de un contexto blanqueado y de privilegios socioeconómicos, contribuye al mantenimiento de la estructura social que condiciona a los negros en posiciones subordinadas y precarias en el campo de trabajo. Para eso, analizaremos los principales festivales de música nacionales, como Rep Festival y Lollapalooza, así como una mirada crítica a la ausencia de profesionales negros en los equipos de producción de estos eventos, formados y liderados, en su mayoría, por personas blancas.

Palabras clave: Industria del entretenimiento en vivo. Racismo estructural. División racial del trabajo. Grupos subalternizados.

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como condição para obtenção do título de Especialista em Gestão de Projetos Culturais.

² Pós-graduando em Gestão de Projetos Culturais.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	4
2. A INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO NO BRASIL E OS PLAYERS DO SHOW BUSINESS.....	5
3. A PRESENÇA NEGRA NA PRODUÇÃO DE GRANDES EVENTOS: ONDE ESTÃO ESSES PROFISSIONAIS NO MERCADO?.....	8
4. A MANUTENÇÃO DO REGIME DE EXPLORAÇÃO DO TRABALHO.....	10
5. ANÁLISE DE DADOS.....	15
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	18
REFERÊNCIAS.....	20
APÊNDICE A – Pesquisa sobre a ausência de diversidade étnico-racial na indústria do entretenimento ao vivo.....	22
ANEXO A.....	34

1. INTRODUÇÃO

Segundo a PwC (rede global de empresas independentes que prestam serviços de consultoria de negócios, consultoria tributária e societária, auditoria e *outsourcing*), o Brasil gerou uma receita de cerca de 30 bilhões de dólares com atividades de entretenimento no ano de 2022, entre indústrias do cinema, jogos eletrônicos, música e outros, consolidando-se como um dos setores mais lucrativos do país, que soma 4,5% do PIB nacional atualmente.

Ainda em 2022, 3.506.431 empregos foram gerados pela área de eventos em relatório divulgado pela ABRAPE (Associação Brasileira dos Promotores de Evento), representando 7,4% do total de empregos gerados no Brasil naquele ano. O potencial de empregabilidade e geração de renda para profissionais da área de produção de eventos fica, portanto, evidente ao nos confrontarmos com os números apresentados.

Porém, as equipes que operam nesse cenário e comandam a realização dos mega eventos são compostas e gerenciadas; em sua maioria, por pessoas brancas, demonstrando certa ausência de diversidade étnico-racial que pode ser entendida como um desdobramento do processo colonizador que privilegia determinados grupos sociais em detrimento de outros e, nesse caso, designa os espaços destinados a profissionais negros dentro de uma indústria em crescente ascensão.

Onde estão os profissionais negros da indústria do entretenimento ao vivo do Brasil? Essa é a pergunta que norteia a discussão proposta neste artigo que busca reunir fundamentos para compor uma análise crítica que evidencie a ausência de diversidade étnico-racial na indústria do entretenimento ao vivo no Brasil, especialmente no que tange os cargos de comando e de gestão da produção de grandes eventos, como shows e festivais de música.

Para isso, será necessário recorrer à história, a dados quantitativos sobre essa vertente do segmento que apresenta números bilionários e a conceitos teóricos que embasam o racismo estrutural e o eurocentrismo capitalista para compreender, então, a presença da pessoa negra no mercado de trabalho e a subalternização de sua mão-de-obra decorrente do racismo no Brasil.

A fim de traçar um panorama sobre o impacto do *show business* na economia nacional, a pesquisa se inicia com um levantamento de dados dos últimos estudos realizados a respeito desse setor. Serão considerados portais de notícia confiáveis e instituições respeitadas do meio em questão, como o Observatório Itaú Cultural.

Esse levantamento de dados foi associado ao surgimento do *show business* no Brasil, quando Roberto Medina, na década de 1980, apertou o *play* para a realização de um dos

maiores festivais de música do mundo - o Rock In Rio - abrindo as portas para que shows internacionais fossem realizados no país.

Para a realização de eventos dessa magnitude é necessário o envolvimento, não só de um grande contingente de capital financeiro, mas também de capital humano. As equipes de produção de shows e festivais de música são numerosas e as relações estabelecidas entre contratado e contratante, dentro desse contexto, podem ser atravessadas por tensões provocadas por diferentes interesses e assimetrias de poder que emergem relações históricas de subalternização.

Sabendo que se as relações entre contratados e contratantes estão condicionadas a fatores históricos de subalternização pautados em interesses e assimetrias de poder, o presente artigo elevará o pressuposto para os atravessamentos raciais que são colocados frente às relações de trabalho impostas nas dinâmicas sociais do capitalismo que acabam por revelar a interface do racismo estrutural.

Portanto; ao final dessa análise, demonstraremos as estratégias que se articulam na manutenção da subalternização da mão de obra negra e que impedem seus indivíduos de ocuparem espaços de liderança em decorrência do racismo permanente que faz parte da organização da nossa sociedade, desde o início de nossa democracia, “no qual os indivíduos negros não foram considerados seres de direito, mas objetos de servidão” (BORGES, 2023, p. 9).

2. A INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO NO BRASIL E OS PLAYERS DO SHOW BUSINESS

O entretenimento, como o próprio nome supõe, tem como principal característica provocar o interesse de uma audiência para entretê-la. Dessa forma, toda ação com perfil recreativo pode ser compreendida no guarda-chuva do entretenimento. Do ponto de vista mercadológico, as atividades que compõem essa indústria são cinema, espetáculos musicais e teatrais, exposições de arte, jogos eletrônicos e eventos esportivos.

Em relatório divulgado pela NewZoo, a indústria global de games gerou uma receita de US\$183,9 bilhões em 2023, com um crescimento anual de 0,5 %, firmando-se como a mais lucrativa desse setor. Estados Unidos e China ocupam as primeiras posições no que diz respeito ao consumo de jogos. O Brasil, por sua vez, representa 3% dos usuários a nível mundial e, com isso, gera uma receita total de US\$2,6 bilhões no ano (cerca de R\$12,66 bilhões), figurando entre os 10 maiores do planeta.

O ao vivo é tipificado pelas experiências que são transmitidas em tempo real e abarca expressões artísticas diversas, como eventos musicais. Portanto, pode-se considerar como entretenimento ao vivo, objeto de pesquisa deste artigo, toda atividade de caráter recreativo transmitida através de *streaming*³ no momento exato de sua ocorrência. Sua indústria engloba, principalmente, shows e festivais de música que representam faturamentos milionários na economia de um país, aspecto que denota sua crescente ascensão.

Sua origem e desenvolvimento no Brasil estão atrelados ao surgimento do *Rock In Rio*⁴ em 1985, evento responsável por inserir o país latino-americano no circuito do *show business* internacional. A primeira edição do festival registra números impressionantes para a época. Bandas como *Iron Maiden*, *AC/DC*, *Queen* e artistas como *Ozzy Osbourne*, foram responsáveis por mobilizar um público de 1.380.000 pessoas na Cidade do Rock, durante 10 dias de festival.

Em 39 anos de existência, o *Rock In Rio* se destaca como um dos maiores festivais de música do mundo. Com 24 edições realizadas no Brasil e no exterior (Lisboa e Espanha), o festival soma 3.816 artistas contratados, um público presencial de 11,2 milhões de pessoas e 28 mil empregos gerados, apenas, na edição de 2022 - promovendo, também, um impacto positivo em diversas áreas da economia do Rio de Janeiro, entre elas, o turismo, a gastronomia e a rede hoteleira.

Segundo um estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV), o *Rock In Rio* injetou na economia do Rio de Janeiro, naquele ano, cerca de R\$1,7 bilhão. A edição contou com sete dias de apresentações e 10 mil turistas de, aproximadamente, 31 países diferentes - provando sua magnitude e poder de mobilização.

Concomitante à explosão da internet na primeira década dos anos 2000, responsável por aproximar a produção musical da base de fãs dos artistas pelo mundo inteiro com a digitalização dos serviços, o entretenimento ao vivo começa a ser percebido como um grande negócio. Nasce, então, os grandes *players*⁵ do mercado, a ocorrência de eventos de grande porte aumenta consideravelmente, especialmente na cidade de São Paulo; e, em 2011, a América do Sul entra na agenda de shows de artistas globais.

³ Traduzido para o português, *streaming* significa fluxo de mídia. É uma tecnologia instantânea de distribuição de conteúdo digital que permite assistir a vídeos e escutar música sem a necessidade de *download*.

⁴ Sabe-se que outras manifestações relativas ao entretenimento já aconteciam no Brasil, quando o *Rock In Rio* realizou sua primeira edição (o carnaval, por exemplo, é uma delas). Porém, para efeitos desta pesquisa que tem como recorte central o mercado de shows e festivais de música, o evento em questão é considerado o precursor desse segmento, pois contribuiu para a inserção do Brasil na rota internacional de shows e festivais de músicas.

⁵ *Players* de mercado são as empresas e organizações que desempenham um papel significativo e substancial em um segmento.

Assim, a demanda por eventos musicais cresce gradativamente, exigindo do mercado investimentos cada vez maiores e mão-de-obra especializada. Esse aspecto evidencia, então, a necessidade de profissionalização de um mercado que aprendeu a fazer colocando a mão na massa. Nesse período, festivais internacionais consagrados como o *Lollapalooza* (2012), o *Tomorrowland* (2015) e o *Time Warp* (2018) desembarcaram no Brasil e, desde então, fazem história no estado de São Paulo.

Em 2015, o Brasil foi destacado como o principal mercado de entretenimento e mídia da América Latina, nono no ranking global e estimava-se que o país geraria uma receita de US\$ 43,7 bilhões em 2021, segundo estudo da PwC - avanço interrompido pela pandemia da COVID-19 que forjou a paralisação das atividades do setor em março de 2020, provocando perdas incalculáveis. De acordo com o DATASIM, o país teve prejuízos de quase R\$500 milhões somente no primeiro mês de cancelamento de shows.

O mercado, então, passou por uma reformulação completa e forçada. Casas de shows fecharam, profissionais do mercado mudaram de área enquanto outros perderam seus empregos (o que provocou uma efervescente discussão a respeito dos direitos dos trabalhadores do entretenimento ao vivo) e as *lives* tomaram conta da cena nas redes sociais como uma alternativa possível à realização de shows.

O IBGE divulgou uma pesquisa em dezembro de 2021 que esboçou uma perda de 700 mil empregos somente no setor cultural e de entretenimento entre 2019 e 2021. O estudo ainda apontou que a informalidade subiu 41,2%, num setor estratégico que detinha 4,8 milhões de empregos que representavam 5,6% do total de trabalhadores ativos no Brasil.

Nesse momento, as leis de incentivo à cultura também foram vislumbradas como um farol de esperança para os pequenos e médios produtores. O governo federal sancionou duas medidas emergenciais que previram auxílio financeiro aos trabalhadores da cultura que sofreram com o impacto das medidas de distanciamento social ocasionadas pelo coronavírus a níveis estaduais e municipais. São elas: a Lei Aldir Blanc e, posteriormente, a Lei Paulo Gustavo.

De acordo com levantamento recente feito pela FGV em parceria com a Secretaria Estadual de Cultura e Economia Criativa, o Rio de Janeiro teve um impacto de R\$852,2 milhões na sua economia local por meio dos R\$139 milhões disponibilizados pela União através da Lei Paulo Gustavo. Isso demonstra que, a cada R\$1,00 investido, foram gerados R\$6,52. Além disso, a pesquisa apontou a insurgência de 11.526 postos de trabalho através dos projetos aprovados e executados com recursos desta lei.

Esses dados evidenciam, portanto, a robustez do setor, a sua capacidade de empregabilidade e a importância dessas leis, dentre outras soluções aplicadas, na retomada do mercado a partir de 2022 com o maior controle da pandemia. Apesar dos desafios, a indústria brasileira de entretenimento e mídia fechou o ano com um faturamento de US\$33 bilhões, de acordo com a PwC Brasil que estima, ainda, um crescimento de 5,7% ao ano até 2026.

O mercado de shows, especificamente, passou por um superaquecimento no último ano. A Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (Abrape) revela que, entre janeiro e outubro de 2023, o setor de eventos e cultura cresceu em consumo 46,6% , que movimentou R\$96,7 bilhões.

Além disso, o Mapa dos Festivais mapeou 298 eventos de diferentes gêneros e portes difundidos entre todas as regiões do país, de janeiro a dezembro do ano passado. Desse total, 171 aconteceram no sudeste. De toda essa gama de shows e festivais, destacam-se *Lollapalooza* (SP), *The Town* (SP), *Afropunk* (BA), *Primavera Sound* (SP), *Tomorrowland* (SP), *Universo Paralelo* (RN), *Sarará* (MG) e *Rock The Mountain* (RJ).

Vale destacar também que, atualmente, as maiores empresas do segmento no Brasil, considerando shows internacionais e nacionais, são *Time for Fun* (T4F), *Move Concerts* (antiga *Water Brother Productions*), a *Dell'Arte*, *XYZ Live*, *B2S*, *Planmusic*, *30e* e *Live Nation*, sendo esta a maior empresa de promoção de shows do mundo, presente em 40 países e com um investimento em torno de 12 bilhões de reais por ano em eventos.

Diante de todos esses dados que conferem a importância econômica notável que o entretenimento ao vivo possui, o próximo tópico se dedica a estabelecer os limites das relações de trabalho dentro desse setor considerando grupos sociais dominantes e grupos sociais subalternizados, a partir do viés racial, nas hierarquias de poder que formulam as equipes que tornam possível o acontecimento desses grandes eventos.

3. A PRESENÇA NEGRA NA PRODUÇÃO DE GRANDES EVENTOS: ONDE ESTÃO ESSES PROFISSIONAIS NO MERCADO?

Anteriormente, a indústria do entretenimento foi apresentada no seu panorama geral. Contou-se, de maneira breve, a sua origem no Brasil, sua solidificação em terras latino-americanas e a rentabilidade financeira que esse mercado é capaz de gerar ao movimentar toda uma cadeia produtiva para o desenvolvimento de atividades de cunho artístico, cultural e recreativo.

Já é sabido, portanto, que o entretenimento ao vivo como o conhecemos hoje em território nacional, enquanto potência econômica, foi construído às bases do surgimento do *Rock In Rio* na década de 1980, que tratou de inserir o Brasil na rota de shows internacionais, naquele momento, e é justamente a partir desse ponto que as próximas formulações deste trabalho se darão.

O idealizador desse que é considerado um dos maiores festivais de música do mundo é o empresário carioca Roberto Medina, filho do empresário e produtor cultural Abraham Medina que, na década de 1950, foi patrocinador de programas de rádio e televisão, lançando vedetes e atores.

Medina é considerado, também, a primeira pessoa da área publicitária a trazer para o Brasil grandes estrelas internacionais para participação em comerciais de televisão, tais como David Niven em 1976, Frank Sinatra em 1977 e Burt Bacharach em 1978. Posteriormente, em 1980, realizou um show do Frank Sinatra no Maracanã que entrou para o *Guinness Book of Records* como o maior público pagante para um só cantor: 144 mil pessoas.

Pode-se inferir que para movimentar e internacionalizar um mercado é necessário ter capital de investimento e poder de influência suficientes para tal - tendo em vista que os custos para arranjos desse porte são, consideravelmente, elevados. À exemplo disso, temos a primeira edição do *Rock in Rio* que custou cerca de 11 milhões de dólares: um projeto ambicioso que reuniu 20 artistas internacionais e 34 nacionais no maior palco do mundo construído, até então, e subverteu a lógica da produção de eventos na América Latina.

Historicamente, o Brasil é um país que acumula capital financeiro numa minoria social representada por pessoas brancas, majoritariamente. Com isso em mente, pode-se verificar que a gestão e a produção de grandes shows e festivais de música acaba por se concentrar nesse grupo que possui capital de investimento e, por conseguinte, numa bolha embranquecida de profissionais.

Além disso, tratando-se de uma indústria com dimensões internacionais, a fluência em inglês é uma característica fundamental para os profissionais da área. Então, para além do acesso a recursos financeiros, é necessário que se tenha conhecimento no idioma mais falado do mundo - ainda que, somente, 5% da população brasileira tenha conhecimento em inglês.

Logo, as tomadas de decisões e a execução desse serviço ficam centralizadas em uma classe social específica que estabelece nítidas relações de poder para sua manutenção. Assim, os interesses econômicos dessa elite são garantidos e as perspectivas capitalistas eurocêntricas que permeiam suas intenções são atendidas.

Por assim dizer, presume-se certa ausência de diversidade étnico-racial neste espectro do entretenimento ao vivo que se traduz pela manutenção da estrutura histórica-social ao colocar em primeiro plano os anseios de uma classe dominante, subjugando grupos inferiorizados em favor do atendimento desses interesses e reforçando determinados estereótipos decorrentes da colonialidade.

4. A MANUTENÇÃO DO REGIME DE EXPLORAÇÃO DO TRABALHO

Embora o debate a respeito da importância da representatividade e da diversidade nos variados âmbitos sociais esteja aquecido, o Brasil caminha a passos lentos em direção à uma mudança efetiva. No artigo “O negro no mercado de trabalho: racismo, assimetrias e educação” (2022, p.5), Claiton Oliveira da Costa e Gilberto Ferreira da Silva afirmam que, a partir da metade do século XIX

O trabalho passa a ser um princípio positivo e regulador da sociedade. Estar inserido no mercado de trabalho dá ao indivíduo o status de cidadão. No entanto, para os negros, esta forma positiva com que a sociedade passava a enxergar o trabalho não lhes atribuía nenhum caráter significativo.

Em recente pesquisa realizada pela Indique Uma Preta (consultoria de conexões entre pessoas pretas e o mercado de trabalho), foi apontado que, embora seja considerada maioria populacional, apenas 33% da população negra está inserida no mercado de trabalho formal.

A mesma pesquisa indicou que essa diferença é acentuada, quando se trata de cargos de liderança nas 500 maiores companhias do país: apenas 8% dos respondentes autodeclarados pretos e pardos ocupam posições gerenciais nessas corporações - provando que o Brasil é um país tão diverso, quanto desigual.

As relações de trabalho no Brasil se fundamentam, ainda, numa lógica sistêmica capitalista de exploração das classes sociais menos favorecidas e, quando fazemos os recortes necessários, verificamos a cor da população que compõe esse grupo explorado. Em “Epistemologias do Sul” (2009, p.92), Boaventura Santos e Maria Paula Menezes citam que

a história do capitalismo eurocentrado e colonial/moderno, não pode deixar de ser chamativa a sua cegueira absoluta a respeito de: 1) A coexistência e a associação, sob o capitalismo, de todas as formas de exploração/dominação do trabalho; 2) que, conseqüentemente, mesmo reduzindo as classes sociais apenas às relações de exploração/dominação em torno do trabalho, no mundo do capitalismo não existiam somente as classes sociais de ‘industriais’, de um lado, e a de ‘operários’ ou ‘proletários’ do outro, mas também a de ‘escravos’, ‘servos’ e ‘plebeus’, ‘camponeses livres’ (...) 5) que havia outros eixos de poder que existiam e actuavam em meios que não eram somente econômicos, como a ‘raça’, o gênero e a idade.

Verifica-se, portanto, as estruturas para manutenção da exploração do trabalho e para o controle da propriedade dos recursos de produção como fundamento da divisão da sociedade em classes sociais (SANTOS E MENEZES, 2009, p.90) e dentro do mercado do entretenimento ao vivo, podemos considerar esses apontamentos a partir das variadas denúncias de trabalhos análogos à escravidão durante a produção dos maiores festivais de música do Brasil.

A edição de 2023 do *Lollapalooza* ganhou os holofotes da mídia ao manter trabalhadores informais (carregadores) em situações precárias. Além do trabalho pesado ser executado em uma jornada de 12 horas, cujos salários não correspondem ao valor justo pelo ofício desempenhado, estes mesmos trabalhadores se viram forçados a dormir no local do evento em cima de papelões e paletes.

Questionamentos pertinentes são elucidados em face desse tipo de ocorrência: quanto ganha um carregador por uma jornada de trabalho de 12 horas? Como se cuida da segurança das pessoas (trabalhadores informais) nesses eventos? Existe alguma regulamentação para garantir o mínimo direito ao trabalhador?

Esse episódio remonta o período pós-abolicionista, no qual os negros recém-libertos passaram a ocupar posições à margem no mercado de trabalho, sofrendo um nítido processo de subalternização, como apontam Costa e Silva (2022, p.6):

Limitavam-se a assumir as tarefas que os imigrantes europeus não se sujeitavam a fazer. Submetiam-se aos mais baixos salários, a intensos esforços físicos e às piores e mais degradantes condições de trabalho. Um lugar que retira não somente as condições de sobrevivência e bem viver em condições dignas, mas reduz a própria capacidade de compreender um outro lugar que não o de subalternizado na estrutura da sociedade que se forma.

Outro fato que chamou a atenção da mídia em 2022, foi a ausência de representatividade negra na equipe de produção do Rep Festival, que se posiciona como o “maior festival de rap do Brasil” e dedica sua programação a artistas do rap e suas vertentes. Na ocasião, a rapper brasileira Rapper Rara levantou um questionamento pertinente: “Qual a cor que lucra com o Rap no Brasil?”.

Neste último caso, percebemos também a apropriação da cultura negra como mercadoria para gerar lucro. Lucro, este, vinculado aos interesses de um capitalismo eurocentrado, no qual um grupo de pessoas brancas, cujas vantagens foram definidas hereditariamente, sente-se confortável para fazer negócios a partir de uma produção artística

de origem negra e periférica sem, ao menos, considerar a importância de formar uma equipe diversa com profissionais que tenham verdadeira autoridade sobre o assunto.

Ainda em “Epistemologias do Sul” (2009), Boaventura Santos e Maria Paula Meneses citam um trecho da obra *Exposition de la Doctrine* (1828) que retrata as relações estabelecidas entre proprietários/patrões e trabalhadores mantida no período pós-moderno:

A exploração do homem pelo homem que tínhamos demonstrado no passado sob a sua forma mais direta, a mais grosseira, a escravidão, continua em alto grau nas relações entre proprietários e trabalhadores, entre patrões e assalariados, está-se longe, sem dúvida, da condição em que estas classes são colocadas hoje em dia, à aquela em que se encontravam no passado amos e escravos, patrícios e plebeus, servos e senhores. Poderia parecer, inclusive, à primeira vista, que não poderia fazer-se entre aquelas nenhuma comparação. Não obstante, deve reconhecer-se que uns não são mais que a prolongação dos outros. A relação do patrão com o assalariado é a última transformação que sofreu a escravidão. Se a exploração do homem pelo homem não tem mais esse caráter brutal que revestia na antiguidade; se ela não se oferece mais aos nossos olhos senão sob uma forma suavizada, não é por isso menos real. O operário não é, como o escravo, uma propriedade direta do seu patrão; a sua condição, sempre precária, está fixada sempre por uma transacção entre eles: mas essa transacção é livre da parte do operário? Não é, uma vez que está obrigada a aceitar sob pena de vida, reduzido como está a esperar a sua comida de cada dia nada mais que do seu trabalho da véspera.

As relações de trabalho estabelecidas na indústria do entretenimento ao vivo no Brasil estão firmadas à luz das hierarquias de poder definidas pela perspectiva de grupos sociais cunhados sob o capitalismo eurocêntrico e que consideram, para além do vínculo empregador/empregado, outros eixos que atuam no exercício dessa dominação para além do viés econômico, como raça e gênero.

Essa é uma discussão que segue sem resoluções definidas. Talvez, pelo fato de que esse grupo hegemônico reconheça tão profundamente seus privilégios que desenha estratégias para se manter fechado entre os seus com pitadas de favorecimento a parte desses grupos subalternizados para que, em algum momento, sintam-se integrados a esta máquina lucrativa e possam ser lidos como uma “possibilidade a ser alcançada”.

Entretanto, a divisão do trabalho entre grupos racializados é nítida e decorrente dos processos de colonização das Américas e consolidação do ideal moderno que cunha o capitalismo como modelo econômico - modelo este que fortaleceu as classes dominantes que detinham os meios de produção.

Pode-se entender, então, que essa dinâmica das relações de trabalho da qual decorrem os grupos subalternizados é um efeito da colonização e fruto de uma estrutura social que

fornece privilégios para alguns, enquanto exclui outros, contribuindo para a manifestação da discriminação racial.

Em “Racismo estrutural, uma perspectiva histórico-crítica”, Dennis Oliveira (2021) articula o conceito de racismo estrutural à totalidade histórico-social expressa concretamente pelas dinâmicas das relações sociais no capitalismo – aspecto importante de ser destrinchado, considerando os atravessamentos raciais aos quais as relações de trabalho impostas na indústria do entretenimento estão submetidas. Na referida obra, Oliveira argumenta que

A concepção de racismo estrutural se encaixa na perspectiva da luta pela hegemonia da concepção materialista de racismo (...) o racismo estrutural é conceber o racismo como produto de uma estrutura sócio-histórica de produção e reprodução de riquezas. Portanto, é na base material das sociedades que se devem buscar os fundamentos do racismo estrutural. (Oliveira, 2021, p.67)

Neste trabalho, Oliveira argumenta que o capitalismo foi organizado como um sistema-mundo e que a raça assume um papel central para articular as formas de produção em torno da exploração do capital dentro desse sistema que manteve as hierarquias de poder construídas durante a colonização das Américas, naturalizou a exploração do trabalho e designou os níveis de acesso à riqueza de cada grupo.

Portanto, “não se trata apenas de uma classificação racial que serviu apenas aos propósitos da colonização (...) mas que transcende para uma determinada organização do trabalho, ou para a divisão internacional do trabalho” (OLIVEIRA, 2021, p. 73).

De tal forma, a indústria do entretenimento ao vivo mantém essa lógica da exploração do trabalho inerente ao capitalismo para sustentar e manter a hegemonia branca de seus grupos dominantes, enquanto lucra com a produção cultural de grupos inferiorizados - haja vista que, em um país como o Brasil, a elevação social não se dá, unicamente, ao esforço individual despendido para tal feito, mas considera “outros fatores essenciais que contribuem para a ascensão da população branca na sociedade, como por exemplo, a condição financeira que possuem e o sobrenome que carregam” (BORGES, 2023, p. 13).

Outro aspecto interessante a ser analisado, dentro desse contexto, é a utilização dos festivais de música como ferramenta para a promoção de grandes marcas. Em recente matéria veiculada no Mapa dos Festivais, a presidente da ABRAFIN (Associação Brasileira de Festivais Independentes), Sara Loiola, disse que “estamos em um momento que muitas agências de marketing passaram a ter festivais como produtos em seu escopo de atuação. Isso impacta muito em todo o ecossistema musical, pois a premissa básica é a promoção das marcas. A música tá ali quase como pano de fundo” (2024).

A constatação de Sara Loiola vai de encontro à publicação de 2015 do site Propmark, cujo título “Rock in Rio vira festival de patrocinadores” carrega, justamente, a percepção de que festivais de música se tornaram espaços para maior valorização das marcas apoiadoras do que para a fruição artística em si. Na época, a sexta edição do Rock In Rio contou com o equivalente a 82 marcas patrocinadoras - entre bancos, serviços de telefonia, alimentos e bebidas.

Desde então, o contingente de empresas que se associam a eventos de grande porte como estratégia de marketing aumenta exponencialmente. No Espírito Santo, especificamente na região da Grande Vitória, dois festivais têm chamado a atenção do público desde 2022 por receberem patrocínio de marcas importantes como Ambev, Petrobrás, Nubank e Nívea. Em comum, os festivais possuem o protagonismo da cultura preta e periférica e de profissionais que se enquadram nos grupos marginalizados socialmente, fazendo da diversidade o centro do seu desenvolvimento.

O BKDP Festival foi considerado o maior festival de música preta realizado no país em 2022. Durante dois dias, recebeu mais de 36 artistas pretos e contou com uma equipe de produção composta, em sua maioria, por identidades femininas negras. Nomes como Liniker, Iza, Baco Exu do Blues e Tati Quebra Barraca passaram pelo palco principal da primeira edição do evento de estética afrofuturista que promove a liberdade de corpos.

O Movimento Cidade, por sua vez, consagra-se como o maior festival de artes integradas do estado do Espírito Santo. Além da música, o audiovisual e as artes plásticas também são linguagens abraçadas no evento e, assim como o BKDP Festival, ele é realizado por muitas potências negras - da gestão ao palco. Em sua última edição, artistas como Criolo, Ebony e Tasha e Tracie fizeram parte da programação.

Em ambos os casos, é possível verificar equipes de produção formadas, majoritariamente, por pessoas pretas, periféricas e LGBTQIAPN+. Da mesma forma, a programação é construída a partir desse fio condutor que leva para a cena corpos diversos e políticos numa exaltação da qualidade artística desses profissionais que, por vezes, são colocados à margem no mercado fonográfico.

Essa seria, contudo, a única via possível para que profissionais negros estejam em lugar de destaque ou protagonismo na produção de grandes eventos no Brasil - considerando o interesse das grandes marcas em se vincularem a projetos que tenham políticas afirmativas e um plano de ESG bem definidos em seu escopo principal de atuação (sem mencionar que os festivais utilizados como exemplo captam recursos via Leis de Incentivo à Cultura, o que garante à patrocinadora a dedução do valor investido em impostos)?

De certa forma, a lógica de exploração do trabalho reside no aproveitamento de uma pauta que está em evidência para que grandes empresas se beneficiem por meio da produção inteligível de grupos subalternizados. Nesse caso, não há inversão da lógica, mas seu reforço - dado que as marcas se aproveitam, diretamente, daquilo que o outro produz para benefício próprio.

Portanto, a indústria do entretenimento ao vivo assume um sistema de trabalho que condiciona grupos marginalizados socialmente a um lugar de dependência dos grupos dominantes para que estes reforcem seus privilégios ao submeterem tais grupos a espaços de interdependência, seja através de políticas afirmativas que demandam de financiamento de grandes conglomerados para que ações de valorização da cultura preta e periférica sejam efetivas ou na manutenção desses corpos em cargos minorizados e em condições precárias de trabalho - reforçando quem comanda o *show business* no Brasil.

5. ANÁLISE DE DADOS

Ao final do último capítulo, foram evidenciadas as medidas tomadas por algumas instituições que atuam no cenário do entretenimento ao vivo nacional com o intuito de abrir espaço no mercado para grupos subalternizados em cargos de produção e gestão.

O BKDP Festival e o Movimento Cidade se utilizam de vagas afirmativas para a promoção da diversidade racial e de gênero entre as equipes de produção dos eventos que realizam no estado do Espírito Santo, garantindo, numa via de mão dupla, visibilidade para os patrocinadores de seus eventos que têm a oportunidade de atrelar suas marcas a movimentos ligados a pauta da diversidade e da inclusão para além do discurso, mostrando na prática o resultado da implantação de medidas que se mostraram eficazes.

Neste momento do artigo, dando continuidade às investigações do trabalho, serão analisados os dados de duas pesquisas *online*; sendo a primeira realizada pela instituição de ensino ON STAGE EXP, direcionada para a sua base interna de alunos e ex-alunos, e a segunda desenvolvida especificamente para fundamentação deste trabalho, voltada para profissionais da área que se encontram ativos no mercado.

A ON STAGE EXP (OSExp) é a primeira escola de formação de profissionais de entretenimento ao vivo e negócios da música da América Latina. Fundada pela empreendedora musical Fabiana Lian, que acumula mais de 25 anos de experiência com shows e turnês internacionais na América Latina, a instituição está sediada em São Paulo (SP) e articula ações pertinentes em prol da diversidade do setor.

Desde 2022; a OSExp, que possui 10 anos de existência, desenvolve o projeto *#OnStagePlural* que oferece bolsas de estudos para pessoas pretas, periféricas e LGBTQIAPN+ em seus diversos cursos. Em 2023, a escola lançou uma pesquisa interna com a intenção de mensurar a absorção de seus alunos e ex-alunos no mercado de trabalho e alcançou resultados importantes.

Foi criado um formulário *online* via *Google Forms*, disparado através de *mailing* para toda a base interna da instituição, com perguntas objetivas de respostas discursivas e de múltipla escolha que verificaram, dentre outros dados, o percentual de pessoas capacitadas pela instituição e a proporção de pessoas contratadas - ambos os dados considerando gênero e raça.

De acordo com a pesquisa, que impactou 10% da base interna da escola, 58% de seus respondentes atuam no mercado de trabalho e 73% desses profissionais são mulheres. Do total de pessoas autodeclaradas pretas e pardas, 55% operam no mercado do entretenimento nas equipes de produção e 83% diz que o curso realizado na instituição contribuiu para a sua inserção na área.

A OSExp colocou em perspectiva com o resultado dessa pesquisa, portanto, o crescente número de mulheres contratadas para atuar numa indústria historicamente dominada por homens e contribuiu para que fosse possível vislumbrar a absorção de pessoas pretas na área de produção por meio da capacitação profissional - embora seja sabido que muitos profissionais ingressam nesse mercado através de indicações e que, para esses casos, certificados de cursos profissionalizantes não são exigências.

A fim de reunir outros dados que contribuíssem para a fundamentação deste trabalho, desenvolvi uma pesquisa qualitativa que desse conta de reunir em um único documento a perspectiva de profissionais atuantes na indústria do entretenimento ao vivo a respeito da ausência de diversidade étnico-racial no campo da produção.

Essa pesquisa foi elaborada como um formulário *online* criado a partir da ferramenta *Google Forms* e seus dados foram obtidos através de perguntas objetivas de respostas discursivas e de múltipla escolha. O formulário foi compartilhado, principalmente, em grupos de *whatsapp* nos quais estão produtores (operacionais e administrativos), gestores,

empreendedores e artistas do setor estudado. As respostas manifestam os sintomas aqui apresentados ao longo da análise.

O formulário impactou 19 pessoas e, dentre os seus respondentes, 47,4% são homens cisgêneros, enquanto 52,6% são mulheres cisgêneras. 73,7% se autodeclararam pessoas brancas, enquanto 26,4% se autodeclararam pretos e pardos. A maioria dos respondentes possui idade acima dos 40 anos (42,1%) e 73,7% estão nesse mercado há mais de 10 anos - especialmente na promoção de shows e festivais de música, destacando-se as áreas de credenciamento, editoria musical, administrativo/financeiro, conteúdo e produção.

Quando perguntados sobre as barreiras enfrentadas dentro do campo de trabalho, a maioria destacou que a escassez de oportunidades e a falta de contatos são os principais empecilhos para que um profissional consiga se posicionar/consolidar dentro da indústria - tendo em vista que o entretenimento ao vivo é, extremamente, fechado e nichado.

Vale destacar que um respondente sinalizou que a ausência de capacitação técnica é um fator dificultoso, enquanto outro destacou o preconceito contra pessoas LGBTQIAPN+ e uma das respondentes apontou, ainda, que o fato de ser mulher e, principalmente, mãe colocou sua credibilidade e capacidade em cheque.

Ao serem questionados sobre a predominância de determinados grupos étnicos em seus ambientes de trabalho, 99% destacou a presença, em maioria, de homens cisgêneros brancos - principalmente nos cargos de gestão - e atribuiu, a esse fato, uma condição estrutural que privilegia esse determinado grupo social, que detém os bens, as riquezas e os meios de produção há anos e, por conseguinte, restringe o acesso a determinados espaços aos seus iguais - provocando a exclusão de outros grupos sociais.

É importante destacar, contudo, que existe um recorte racial inversamente proporcional em áreas de menor prestígio como limpeza, segurança e carregamento de materiais - o que impõe uma barreira para que pessoas pretas possam se visualizar no mesmo patamar dos profissionais brancos, sem mencionar o elitismo predominante no mercado de shows internacionais, especificamente, que se configura como um agravante para essa situação já que a escassez de pessoas diversas em posições importantes é especialmente maior.

O próximo bloco da pesquisa se ateve a identificar as condições de trabalho em que os grupos sociais minorizados estão inseridos, tentando verificar algum tipo de diferenciação. Aqui, nesse caso, é interessante chamar a atenção para dois relatos - além de registrar que 78,9% dos respondentes afirmaram haver diferenciação entre as condições de trabalho de

determinados grupos étnicos raciais em relação a outros, principalmente no que diz respeito à função e à remuneração.

Um dos respondentes relatou que, durante o seu trabalho na produção de um evento, o contratante local disse que o mesmo deveria estar no time de limpeza (por ser preto), enquanto outro respondente sinalizou que o seu trabalho de produtor é desempenhado em dupla. Sua parceria de trabalho é um homem preto e a esse homem preto sempre é demandado serviços braçais, como carregar peso.

Outros apontamentos importantes tratam da predominância de profissionais pretos em setores precarizados (limpeza, segurança e carregadores) que possuem jornadas de trabalho que ultrapassam as 12 horas e, além disso, são mal remuneradas. Pessoas pretas, nesse mercado, são constantemente associadas a serviços braçais e que se distanciam sumariamente das mesas onde se tomam as decisões, reproduzindo a herança racial histórica do país.

Na sequência, 94,7% disse buscar informações, com frequência, sobre a pauta racial de maneira institucional e, apesar da efervescência desse debate dentro das empresas e nos canais de comunicação, 57,9% acredita que o mercado não está disposto a repensar o *modus operandis* de algumas atividades primordiais para a realização de um grande evento - aspecto que diz respeito, diretamente, às condições de trabalho das funções menos prestigiadas, como a dos carregadores.

Por fim, o grupo ficou dividido entre os que acreditam ser possível projetar uma indústria do entretenimento ao vivo com profissionais diversos e em condições equivalentes e os que acreditam que a própria concentração de poder já existente provoca desinteresse e dificulta a quebra da estrutura de privilégios que mantém a hierarquia racial a qual estamos submetidos, fortalecendo o pacto da branquitude.

Ainda assim, os respondentes acreditam que, a longo prazo, o futuro desse mercado será marcado por maiores oportunidades em cargos de liderança e pela equidade de raça e gênero nos times que comandam a produção do ao vivo a partir da promoção do debate, do fomento à reflexão e da abertura do caminho para que novos agentes possam emergir - ainda que esse mesmo caminho seja longo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todas as informações apresentadas, desde a pesquisa realizada pela ON STAGE EXP até a desenvolvida para a contribuição deste trabalho, demonstram as camadas de exclusão em

que grupos sociais específicos estão enquadrados de acordo com essa dinâmica social que favorece, em grande parte, quem detém o poder e possui as vias de acesso.

Pode-se inferir que a indústria do entretenimento ao vivo mantém uma hierarquia histórica em sua estrutura de produção. Ela existe como existe no Brasil porque homens brancos de classe média, com poder de investimento, ousaram em realizar os primeiros mega eventos na década de 1980 e sendo, naquela época, um mercado informal com quase nenhuma profissionalização, abriram espaço para que os seus iguais também fizessem parte desse movimento que se perdura na atualidade - aos mesmos moldes, preservando essa estrutura inicial.

A manutenção de grupos subalternos em cargos precarizados é mais um retrato do racismo que vela a problematização da ausência de pessoas negras em equipes que divergem das que são consideradas cabíveis para esse grupo social, já que, historicamente, encontram-se a margem e numa expressiva ausência de recursos que os possibilite outras oportunidades.

No entanto, a capacitação profissional e a implementação de vagas afirmativas para cargos de produção, a exemplo do que acontece no estado do Espírito Santo, se mostraram como ferramentas promissoras para a inserção de pessoas diversas para os cargos de comando e de gestão de grandes eventos, como uma via possível para a abertura do mercado.

Mas o mercado está preparado, ou se preparando, para furar a bolha e absorver essa nova demanda? Ainda, as oportunidades estarão ramificadas em todas as arestas que constroem esse conglomerado complexo que movimentam bilhões de reais anualmente sem que o grupo ao qual pertence o poder de decisão não se afete em abrir mão de uma fatia generosa desse mercado para oportunizar aqueles que também fazem o *show business* em acontecer com menores condições?

Quando aquilo que se disputa é o poder, dificilmente o grupo que o controla por tantos anos abrirá espaço para que decisões que conflitem drasticamente com seus interesses pessoais sejam tomadas - mesmo que promovam uma renovação positiva para o seu negócio. Na indústria do entretenimento ao vivo, os marcadores sociais ainda refletirão por tempos longínquos o retrato de uma sociedade que precisa de uma base controlada, domesticada e subalternizada para produzir suas riquezas.

REFERÊNCIAS

ALESSI, Gil. Exclusivo: Festival Lollapalooza é flagrado com trabalhadores escravizados em São Paulo. **Repórter Brasil**. São Paulo, 23/03/23. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2023/03/exclusivo-festival-lollapalooza-e-flagrado-com-trabalhadores-escravizados-em-sao-paulo/>. Acessado em 20/11/2023.

BORGES, Ester Gatti Bispo. **A subalternização da mão de obra negra decorrente do racismo no Brasil**. São Paulo, 2023.

DORES, Kelly. Rock In Rio vira festival de patrocinadores. Propmark. São Paulo, 15/09/2015. Disponível em: <https://propmark.com.br/rock-in-rio-vira-festival-de-patrocinadores/>. Acessado em 10/09/2024.

LIAN, Fabiana. Material de apoio aula 01, **A estrutura do da indústria do entretenimento ao vivo no Brasil**. São Paulo: On Stage Lab, 2014.

OLIVEIRA, Dennis. **Racismo estrutural, uma perspectiva histórico-crítica**. São Paulo: Editora Dandara, 2021.

OLIVEIRA DA COSTA, Cleiton. de; **FERREIRA DA SILVA**, Gilberto. O negro no mercado de trabalho: racismo, assimetrias e educação: Los negros en el mercado laboral: racismo, asimetrías y educación. **Revista Cocar**, [S. l.], v. 16, n. 34, 2022.

PAULINO, Ana Paula. Opinião: **Sobre Rep Festival, protagonismo e cuidado**. Popline. São Paulo, 16/02/2023. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/opiniaio-sobre-rep-festival-protagonismo-e-cuidado/>. Acessado em 20/11/2023.

ROSÁRIO, Fernanda. **Ausência de pessoas negras na equipe do REP Festival gera críticas**. Terra. São Paulo, 03/11/2022. Disponível em: <https://www.terra.com.br/nos/ausencia-de-pessoas-negras-na-equipe-do-rep-festival-gera-criticas,2753913a6eaa244e31e82d0cdb61da702h4gzzyr.html>. Acesso em 20/11/ 2023.

SANTOS, Boaventura de Sousa; **MENESES**, Maria Paula [orgs.]. **Epistemologias do Sul**. Coimbra: Edições Almedina. SA, 2009.

EM 2019, mercado musical alcança US\$20,2 bilhões; streaming representa 56,1% da receita total. Porto Alegre, 12/05/2020. Disponível em: <https://www.mundodamusicamm.com.br/index.php/digital/itemlist/tag/receita.html>. Acessado em 20/11/2023.

FESTIVAIS de música cancelados e adiados: o que está acontecendo? Mapa dos Festivais. São Paulo, 02/02/2024. Disponível em: <https://mapadosfestivais.com.br/festivais-de-musica-cancelados-e-adiados-o-que-esta-acontecendo/>. Acessado em 10/09/2024.

INDÚSTRIA do entretenimento e mídia volta aos holofotes e fatura US\$ 33 bi em 2022. Febraban Tech. São Paulo, 06/01/2023. Disponível em:

<https://febrabantech.febraban.org.br/blog/industria-de-entretenimento-e-midia-volta-aos-holofotes-e-fatura-us-33-bi-em-2022>. Acessado em 01/07/2024.

SAIBA quais são as empresas que mais patrocinaram via lei federal de incentivo à cultura nos últimos 8 anos. Portal Pop Line. São Paulo, 02/01/2021. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/saiba-quais-sao-as-empresas-que-mais-patrocinar-via-lei-federal-de-incentivo-a-cultura-nos-ultimos-8-anos/>. Acessado em 01/07/2024.

PESQUISA global de entretenimento e mídia 2022 - 2026. PwC. São Paulo, 10/12/2022. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/estudos/setores-atividade/entretenimento-midia/2022/outlook-2022.html>. Acessado em 05/05/2024.

PESQUISA revela que 71 festivais tiveram a primeira edição no Brasil em 2023. Rolling Stones. São Paulo, 11/02/2024. Disponível em: <https://rollingstone.com.br/musica/mapa-dos-festivais-pesquisa-revela-que-71-festivais-tiveram-a-primeira-edicao-no-brasil-em-2023/>. Acessado em 01/07/2024.

RANKING das 100 maiores empresas de entretenimento no Brasil por faturamento. Econodata. São Paulo. Disponível em: <https://www.econodata.com.br/maiores-empresas/todo-brasil/entretenimento>. Acessado em 01/07/2024.

ROCK In Rio injetará R\$ 1,7 bilhão na economia do Rio de Janeiro. Gov.br. Brasília, 05/09/2022. Disponível em: [https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/rock-in-rio-injetara-r-1-7-bilhao-na-economia-do-rio-de-janeiro#:~:text=Gigante%20para%20a%20m%C3%BAsica%20e,Funda%C3%A7%C3%A3o%20Get%C3%BAlio%20Vargas%20\(FGV\)](https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/rock-in-rio-injetara-r-1-7-bilhao-na-economia-do-rio-de-janeiro#:~:text=Gigante%20para%20a%20m%C3%BAsica%20e,Funda%C3%A7%C3%A3o%20Get%C3%BAlio%20Vargas%20(FGV).). Acessado em 01/07/2024.

O mercado de entretenimento no Brasil. Pragmatismo Político. São Paulo, 04/03/2023. Disponível em: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2023/03/mercado-entretenimento-brasil-tecnologia.html>. Acessado em 01/07/2024.

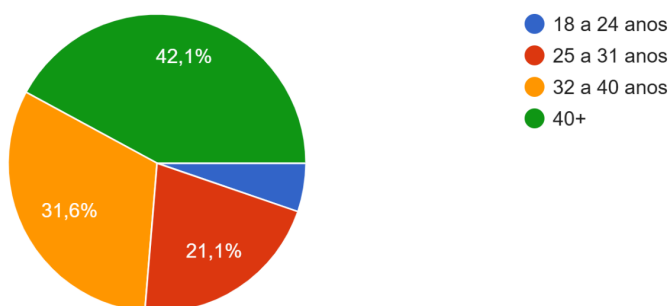
ONDE estão as lideranças negras no mercado de trabalho? Mundo Negro. São Paulo, 12/06/2024. Disponível em: <https://mundonegro.inf.br/carreira-negocios/onde-estao-as-liderancas-negras-no-mercado-de-trabalho/>. Acessado em 12/08/2024.

APÊNDICE A – Pesquisa sobre a ausência de diversidade étnico-racial na indústria do entretenimento ao vivo

(material produzido pelo pesquisador)

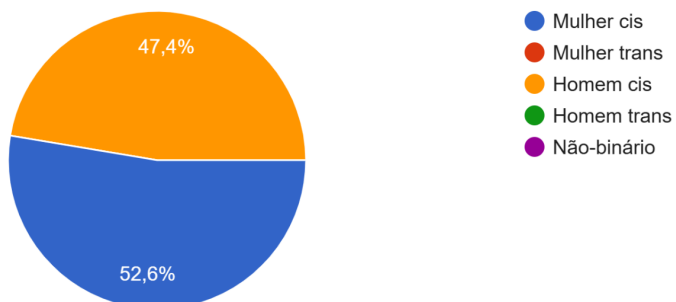
Idade

19 respostas



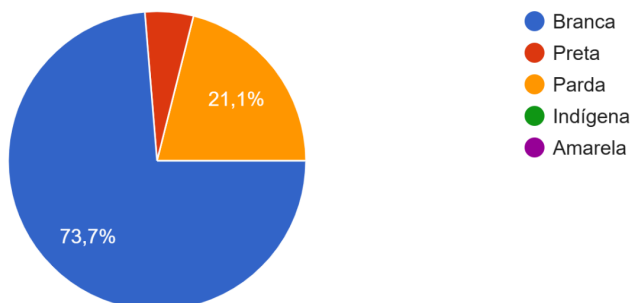
Identidade de gênero

19 respostas



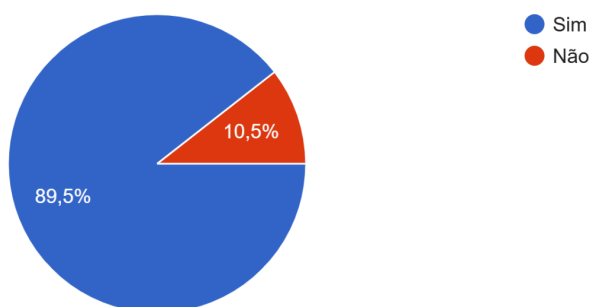
Identidade racial

19 respostas



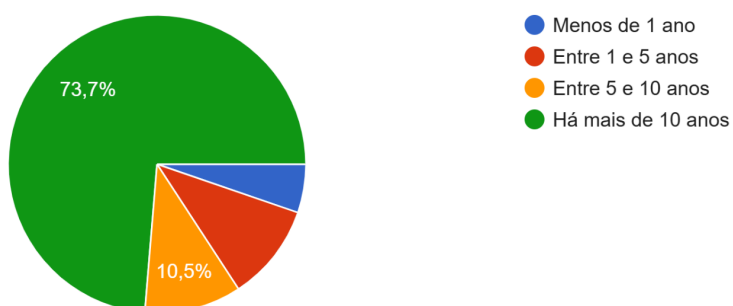
Você atua na área do entretenimento ao vivo?

19 respostas



Há quanto tempo você atua nesse segmento?

19 respostas



Você diria que, ao longo desse caminho, enfrentou algumas barreiras para se posicionar no mercado? Quais?

19 respostas

Sim, ter mais oportunidades

Sim, a barreira de não conhecer ninguém direito e por isso, dificultar a entrada no mercado por meio de indicação.

Algumas

Sim, além de ser uma área bem fechada, é um lugar delicado onde erros não são muito bem-vindos e muitas pessoas antigas na profissão ainda insistem em condutas agressivas e desnecessárias. Mas cabe a quem conduz o trabalho deixar o ambiente saudável

Sim, falta de oportunidades dentro da área de Backstage, Credenciamento e produção mesmo com experiência e com atualização constante através de cursos.

Sim. Furar bolhas, ser ouvido e ter meu trabalho reconhecido

Acredito que não, nada na vida vem fácil. É preciso coragem, determinação e responsabilidade para os desafios da vida.

Sim, falta de experiência e conhecimento técnico (não área de produção técnica) faz você ter poucas oportunidade nessa área

Entendo que o mercado como um todo precisou se adaptar muito rápido ao mercado do entretenimento por streaming a partir da pandemia, tendo como principal dificuldade o acesso a cursos e fornecedores capacitados para atender esse mercado que surgiu como umas das únicas saídas para manter o acesso a cultura em tempos de isolamento social.

Sim, falta de incentivo, de oportunidades e de investimentos

Preconceito contra pessoas LGBT

Eu sou branca e tive oportunidade de aprender línguas , isso trazia um privilégio
No entanto o fato de ser mulher e principalmente mãe vem colocar a credibilidade e a capacidade em cheque

Várias, especialmente por ser mulher e jovem. A tendência é acharem que não sabemos o que estamos fazendo.

Sim a primeira ser mulher.

Sim, racial e social

Egos e invejas.

Não.

Sim. Quando mais nova, porque iniciei minha carreira aos 18 anos, a dificuldade era me fazer ouvida uma vez que o mercado era extremamente machista.

Dificuldades econômicas de um país de renda média, além da legislação e ambiente de negócios não dos mais favoráveis.

Dentro da sua área de trabalho, você percebe maior predominância de determinados grupos étnicos em detrimento de outros, principalmente, em cargos de liderança?

19 respostas

Sim.

Sim

Sim, sempre homens e brancos

Pessoas brancas

Sim, cargos de liderança são em sua maioria ocupado por pessoas brancas

Sim, homens brancos.

Sim, maioria branca.

Não

Acredito que dentro dos cargos de liderança do mercado de entretenimento exista uma predominância de homens, brancos e de meia idade.

Com certeza! O meu campo de atuação é canto lírico e ópera, e é possível perceber o racismo tanto de forma velada quanto aberta mesmo.

Sim. Homens brancos

Sim

É um mercado vergonhosamente branco

Em cargos de liderança, são todos brancos, cis e homens

sim

Sim, mais brancos do que negros.

Sim, com certeza. Pessoas brancas sempre em cargos altos.

Homens brancos, sem dúvidas

Em caso positivo, na sua perspectiva, a que isso se deve?

19 respostas

As oportunidades que esse grupo tem, se comparado a outros.

Desigualdade social

Acredito que são as pessoas que detem capital para realizar determinados tipos de eventos de grande porte

Cultural

Falta de oportunidade/experiência

Talvez a sociedade não dar oportunidade a pessoas de outras raças tão inteligentes quanto. Hoje é tudo indicação, brancos tem privilégios e isso é muito ruim ! O mercado agora está olhando para os grandes talentos, podemos ver isso na TV.

Negativa

Entendo que é um problema estrutural, um espaço que há anos é ocupado pelo mesmo grupo e que não possui interesse em expandir para os demais. O acesso a cursos desta área também é algo novo e que precisa ser disseminado para todos esses grupos.

Preconceito e falta de oportunidades. Atualmente, existem algumas iniciativas (como concursos e montagens) para cantores negros e negras, mas ainda existe uma discrepância muito grande.

Ao racismo, ao machismo e ao conservadorismo

Falta representatividade - termos pessoas pretas em posição de poder
Há um recorte racial inversamente proporcional em áreas de baixo poder como limpeza, carregador e segurança
Isso dificulta que as pessoas pretas se enxerguem em um mesmo patamar que os profissionais brancos
No mercado especificamente de shows internacionais há um elitismo para piorar a situação
Não vemos pessoas de classes mais baixas chegando a posições importantes

Machismo e racismo estrutural

Acessibilidade

O mercado tem historicamente profissionais do áudio conectados ao rock, esses são predominantemente brancos, com acesso desde da adolescência ao estudo do inglês por interesse em entender as letras das bandas, instrumentos musicais, estudos sobre esses instrumentos, entendimento técnico de equipamentos, o que possibilitou a entrada dessas pessoas no mercado de shows, quando olhamos para técnica brasileira notamos a distancia gigantesca entre os profissionais desse seguimento e do pagode e rap por exemplo, não vemos esses profissionais com muita frequência, isso também se reflete na disparidade dos cachês, enquanto um profissional ganha em média R\$ 800,00 a R\$ 1.400,00 do outro lado a média varia de R\$ 300,00 a R\$ 500,00 tendo muitas vezes acordos salariais com carteira assinada, inicialmente CLT parece ser atrativo e segura, mais na verdade é uma forma de se pagar menos por mais trabalho.

Preconceito

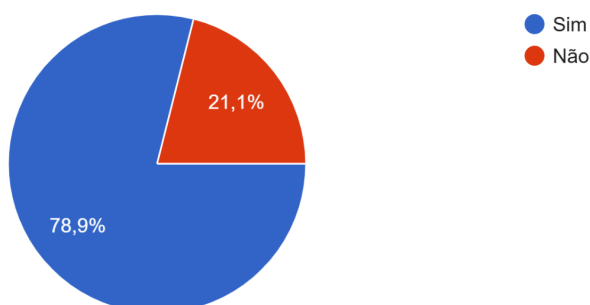
A ideia de sempre de que pessoas brancas estão sempre no alto patamar.

Ainda segue sendo um mercado machista.

Acho que sempre foi assim. Na verdade, era até pior, mas ainda há uma longa jornada pela frente.

Você percebe algum tipo de diferenciação entre as condições de trabalho de determinados grupos étnicos raciais em relação a outros?

19 respostas



Você conseguiria descrever a maneira como o racismo, eventualmente, se expressa no seu ambiente de trabalho?

19 respostas

Sem trazendo pessoas pretas como minoria

Falta de oportunidades, desconfiança se a pessoa é a apta a trabalhar, se comparado a outras.

A falta de contratação de pessoas pretas

A mal remuneração de cargos de serviço, como limpeza, segurança e carregados. As condições precárias que algumas empresas fornecem a seus colaboradores.

Tive um caso em que estava trabalhando na produção e um contrante local disse que eu deveria estar no time de limpeza. Não desmerecendo a função, que é muito importante, mas nesse caso ele não achava que eu deveria estar naquela posição na produção.

O que vejo são pessoas em sua maioria pretas atuando em atividades mais 'braçais', como carregadores e limpeza, onde as condições de trabalho são péssimas, e parte deles dobram, ficando 24h prestando serviço.

Na minha antiga empresa, não tinha problemas pois tínhamos até movimento para esse tipo de preconceito na sociedade.

Principalmente aparência (roupa novas e limpas e cabelo arrumado).

A principal forma de expressão do racismo em meu ambiente de trabalho é pela falta de pessoas negras em posições de liderança e cargos altos.

Escolha de papéis e personagens é o mais gritante.

Pessoas acharem que o produtor que trabalha comigo, e que é preto, deveria fazer certos trabalhos como carregar peso, enquanto eu não sou indagado sobre

Por conta do recorte inverso nas posições de serviços braçais, uma reprodução da herança histórica do Brasil se perpetuando, vemos pessoas pretas, mesmo as que foram a bolha e estão em áreas mais privilegiadas, serem associadas a estes serviços

De forma errônea, fica subentendido que pessoas pretas têm mais capacidade para trabalhos pesados do que intelectuais.

De muitas maneiras e sempre começa pela falta de acessibilidade ao estudo levando ao subemprego.

Basta chegar no palco e observar quem são os líderes e quem são os liderados, dos líderes quantos são pretos, pardos ou mulheres, dos liderados quem são e em que posição estão, na sua maioria pretos, pardos e mulheres são carregadores, segurança e limpeza, pouquíssimos são técnicos de som, luz, led ou diretores. (observação importante: na luz e led se encontra mais diversidade).

Não exercem cargos de liderança.

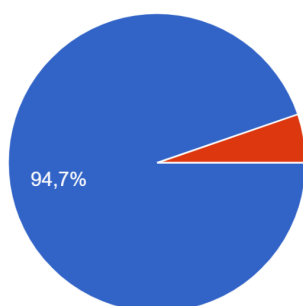
Atualmente estou vendo mais inclusão de pessoas negras em todas as áreas de trabalho.

Na maioria das vezes, ele é silencioso.

Não sei se sou a pessoa adequada para avaliar isto.

O debate sobre representatividade (racial, gênero, etc) está ganhando cada vez mais espaço na mídia e dentro de algumas instituições. Como você se relaciona com essa pauta?

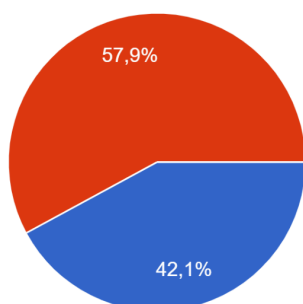
19 respostas



- Busco informações, com frequência, para aprofundar e atualizar meus conhecimentos sobre o assunto.
- Sei que o debate está em um momento de efervescência, mas não busco muitas informações a respeito.
- Não busco informações sobre o assunto.

Você acredita que o mercado estaria aberto a debater e repensar a maneira como algumas atividades primordiais para a realização de um gra...o de carregadores e outras ocupações informais)?

19 respostas



- Sim
- Não

É possível projetar um mercado efetivamente diverso, com mais pessoas pretas em cargos de liderança, e, caso não seja, quais são os maiores empecilhos para que isso aconteça?

19 respostas

Sim

Não sei dizer, mas acredito que sim. É possível, mas os maiores empecilhos seria a alta liderança estar repleta de pessoas brancas.

Sim!

Sim, como disse acima: cabe a quem está guiando, mas cabe também a nova geração ocupar os lugares e mudar as formas e signos que foram erroneamente criados... acho até que essa rotação já está acontecendo

Acredito que irá mudar com aumento de liderança com pessoas pretas.

Considero que o que dificulta isso de acontecer é o interesse das lideranças para que essa mudança seja feita. Projetos como Feira Preta e Perifacon, por exemplo, ainda são exceções.

Sim é possível, todos somos excelentes e dedicados quanto. A diversidade de classes, gênero e raça precisa de mais espaço, estamos em um momento que isso está sendo mais pautado e aos poucos ganhando mais espaço sim.

Primeiramente temos que verificar se a pessoa tem conhecimento e técnica para exigir o cargo e não distribuir cargos por causa dos debates que estão na mídia hoje em dia.

Entendo que não é um processo de interesse dos atuais ocupantes desses grandes cargos, mas a partir do acesso ao conhecimento nesta área a ocupação tende a ser mais natural, visto que o conhecimento estará mais disseminado e não só restrito ao grupo que já ocupa este espaço.

Um mercado efetivamente diverso seria um desejo, mas não consigo projetar pragmaticamente um mercado diverso. O maior empecilho é a própria concentração de poder já existente e a dificuldade de quebrar a estrutura de privilégios.

Acredito que seja possível embora trabalhoso o caminho. A educação é a chave para que isso ocorra desde o início da vida das pessoas até o entendimento de pessoas mais velhas sobre seus eus e o respeito para com o outro

Sim

E possível e algumas empresas de maior visibilidade estão olhando com seriedade para isso
No entanto ha muita resistência pois “ da trabalho “ incluir
Acredito que políticas públicas e leis farão esse movimento
Eu apostaria minhas fichas em tornar obrigatório

É preciso ocupar os espaços em detrimento das vontades do mercado. Não há o que pessoas pretas não sejam capazes de fazer com excelência.

Desde que as liderança estejam preparadas para a.mudanca com respeito.

Não, quem esta na cadeia de liderança não consegue enxergar isso, conversando e colocando a pauta nas rodas de profissionais vejo o quanto negam questões como racismo, homofobia e machismo, não enxergam ao seu redor essas disparidades, não se enxergam colocando em pratica o pacto da branquitude.

A mente imbecil de muitos promotores.

Eu acredito que ainda muito deve ser discutido e muitas oportunidades devem ser dadas para que ao longo de anos possamos ver o resultado.

É possível e MAIS, é necessário!

Acho que sim, já se iniciou na verdade. Mas como disse é um processo que leva algum tempo.

Como você enxerga o futuro da indústria do entretenimento ao vivo nacional no que diz respeito à diversidade racial dos profissionais que constituem esse mercado?

19 respostas

Com muito mais proposta e oportunidade, para TODOS!

Acredito que cada vez mais estão surgindo eventos que prezam por dar oportunidade em cargos de liderança e importante preza do a diversidade racial.

Acho que a indústria do entretenimento tem muito tem muito chão ainda para trilhar no que diz respeito a diversidade dos seus profissionais, mas que comparado a outras indústrias, pode se dizer que estão na frente nessa questão.

Os lugares serão ocupados, quer queiram ou não.

Espero que melhor e com mais possibilidades.

Comparado há 10 anos atrás, é possível notar um avanço e acredito que ele continuará acontecendo gradativamente. Mais iniciativas para uma equidade racial nas equipes, pessoas pretas encabeçando projetos e frequentando os eventos.

Olha precisa avançar muito. Mas ainda veremos grandes pessoas nesse meio sim. Todos temos oportunidades e será preciso muita conversa, visibilidade na política e torço muito para que cada vez mais possamos caminhar para frente e não retroceder.

Conheço várias pessoas de diferentes raças e etnias que tem cargo de relevância dentro do mercado todas com cursos técnicos e experiência de anos para ocuparem o cargo que tem hoje.

Acredito que a indústria do entretenimento pode funcionar como uma provocação a estes grupos, promovendo reflexões e gerando mudanças. Essa provocação normalmente ocorre de forma leve, descontraída e muitas vezes lúdicas, o que facilita a chegada ao grande público e grupos mais conservadores.

Como posto, existe uma melhora da representatividade, o que é evidentemente muito bom, mas acho que passa muito mais por uma necessidade de nicho de mercado do que uma normalização da estrutura.

Quero ver ela cada vez mais pluralizada de raças e gênero

Será mais lento do que precisamos
Mas vai acontecer
Estamos vendo um aumento de pessoas brancas sensíveis ao tema chegarem a indústria

Caminhando a passos lentos. Uma bolha de conhecidos e favorecidos.

Seria excelente sermos na área do entretenimento exemplos para o mundo.

Não sou otimista, mais tenho total consciência que sendo um representante direto e estando num lugar de liderança farei de tudo para formar e inserir profissionais pretos no mercado, ja é na minha vida, uma longa caminhada, mais nunca deixarei de trabalhar para que possamos ter mais e mais diversidade.

Se não mudar o pensamento , irá se tornar cada vez mais elitista.

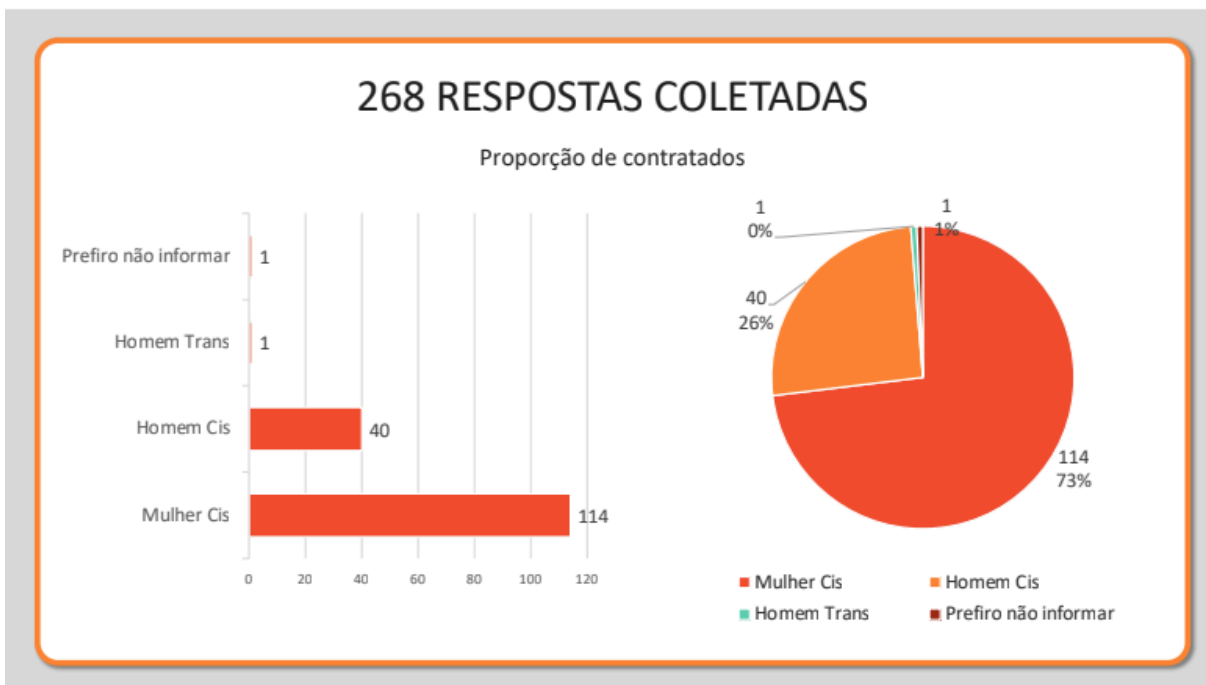
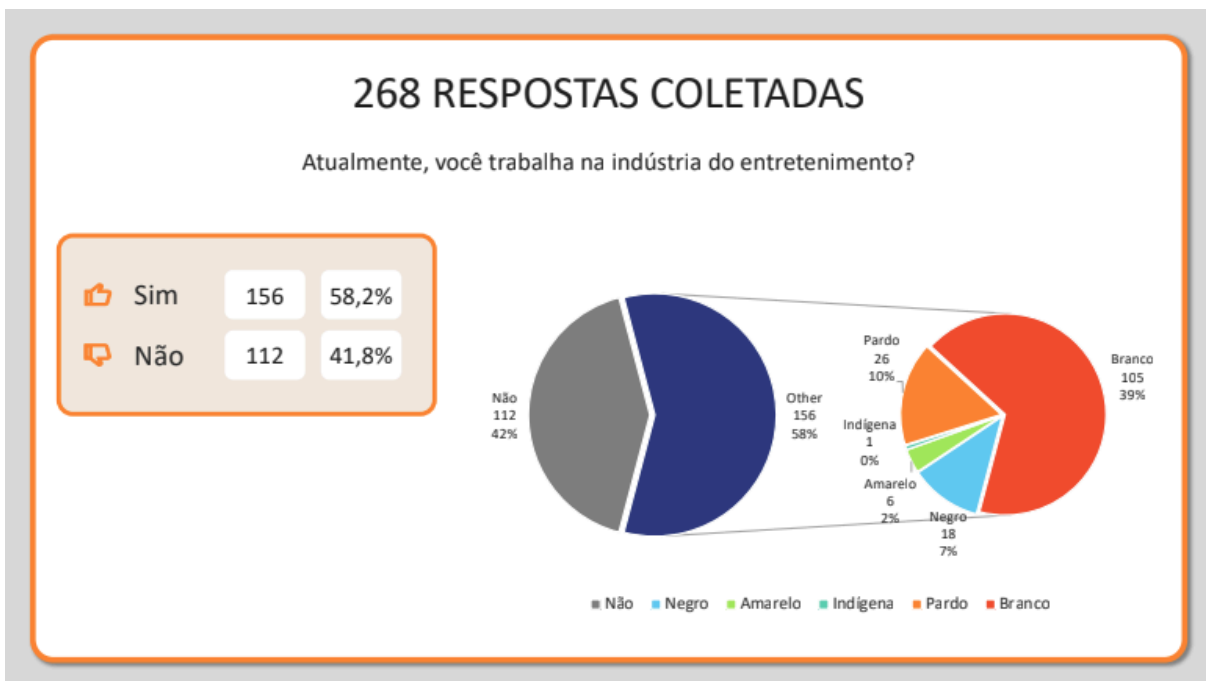
Eu espero por um mundo mais diverso e melhor. Mas mesmo assim, eu vejo que nesse mercado ainda precisa ser dado mais oportunidade no geral. Ele é muito "quem indica".

O mercado do entretenimento precisa URGENTE se abrir e quebrar as próprias "bolhas". Só quando estivermos abertos para pessoas novas, estaremos abertos para receber a diversidade da forma como já deveria estar acontecendo.

Cada vez mais forte e diversa, mas que requer trabalho constante e diligente.

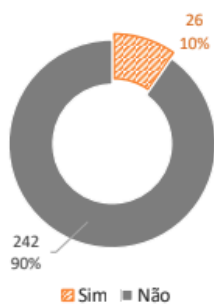
ANEXO A

A1 Documento não elaborado pelo pesquisador - A ON STAGE LAB quer saber de você!

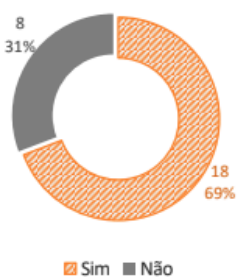


268 RESPOSTAS COLETADAS

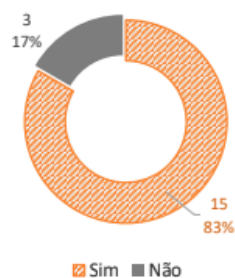
Vagas afirmativas



Das **26** vagas afirmativas, quantos trabalham na indústria do entretenimento

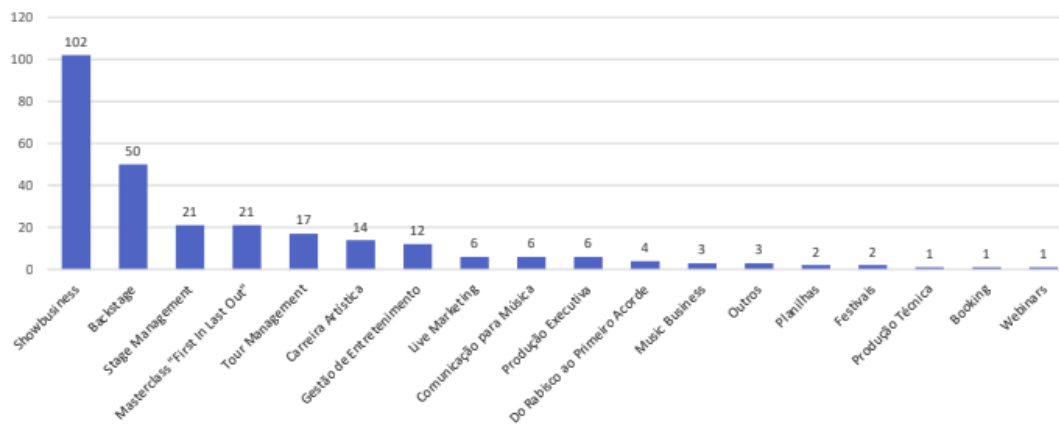


Dos **18** que trabalham na indústria, disseram que o curso realizado na On Stage Lab contribuiu para a inserção no mercado de trabalho



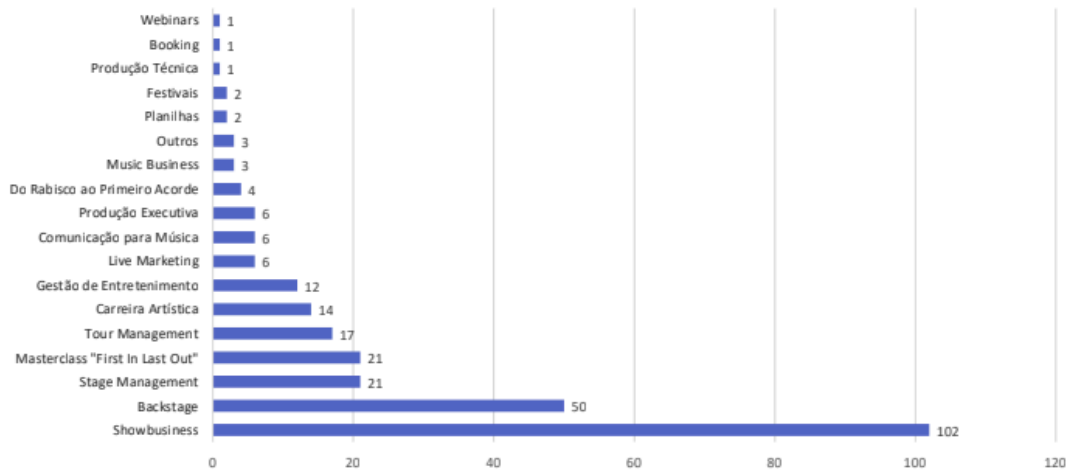
268 RESPOSTAS COLETADAS

Alunos que trabalham na indústria, por curso On Stage Lab



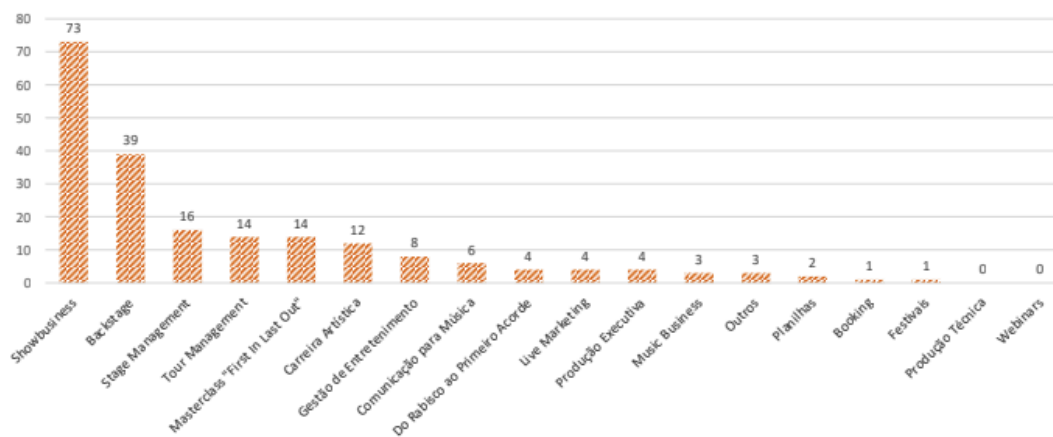
268 RESPOSTAS COLETADAS

Alunos que trabalham na indústria, por curso On Stage Lab



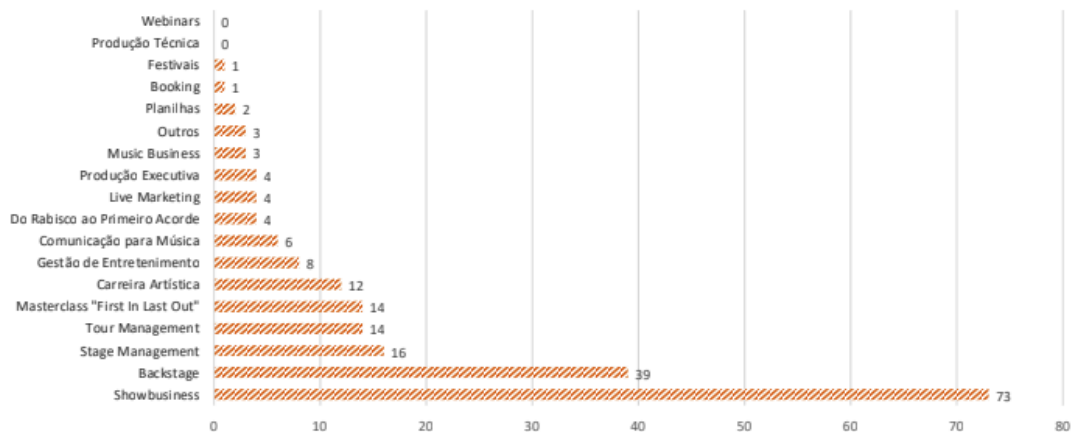
268 RESPOSTAS COLETADAS

Alunos que trabalham na indústria, por curso On Stage Lab, quantos disseram que o curso contribuiu



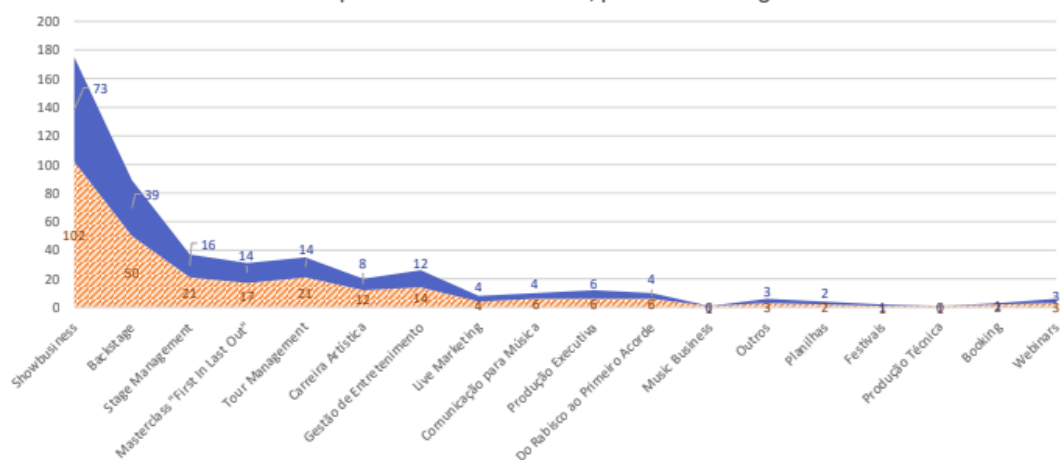
268 RESPOSTAS COLETADAS

Alunos que trabalham na indústria, por curso On Stage Lab, quantos disseram que o curso contribuiu



268 RESPOSTAS COLETADAS

Alunos que trabalham na indústria, por curso On Stage Lab



**TOTAL DE
RESPOSTAS: 268**
**Atualmente, você
trabalha na indústria do
entretenimento?**

Não	112			
Sim	156	58,2%	Do total de alunos que responderam, 58.2% estão empregados	
Negro	18	11,5%	Dos 156 alunos empregados, 18 (11.5%) se declararam pretos	
Amarelo	6	3,8%	Dos 156 alunos empregados, 51 (32.7%) se declararam não-brancos	
Indígena	1	0,6%		
Pardo	26	16,7%		
Branco	105	67,3%		

**Proporção de
contratados**

Sim	156			
Mulher Cis	114	73,1%	Dos 156 alunos empregados, 114 (73.1%) são mulheres cis	
Amarelo	6	5,3%		
Branco	76	66,7%		
Pardo	20	17,5%		
Negro	12	10,5%		
Homem Cis	40	25,6%		
Branco	27	67,5%		
Pardo	6	15,0%		
Negro	6	15,0%		
Indígena	1	2,5%		
Homem Trans	1	0,6%		
Branco	1			
Prefiro não informar	1	0,6%		
Branco	1			

Vagas afirmativas

Não	242		
Sim	26	9,7%	
Atualmente, você trabalha na indústria do entretenimento?			

Não	8	30,8%	
Sim	18	69,2%	Dos 26 inscritos em vagas afirmativas, 18 (69.2%) trabalham na indústria do entretenimento

Em caso afirmativo, você diria que o (s) curso (s) realizado (s) na On Stage Lab contribuiu para sua inserção no mercado de trabalho?							
---	--	--	--	--	--	--	--

Não	3	16,7%	
Sim	15	83,3%	Dos 26 inscritos em vagas afirmativas, 18 (69.2%) trabalham na indústria do entretenimento e desses 18, 15 disseram que o curso realizado na On Stage Lab contribuiu para a inserção no mercado de trabalho 18

ShowbusinessBackstage

Cursos (importante ressaltar que os alunos marcaram diversos cursos)			
---	--	--	--

Showbusiness 170

Trabalham na indústria	102	60,0%	De 170 alunos do Showbusiness, 102 (60%) trabalham na indústria do entretenimento
------------------------	-----	-------	---

Dizem que o curso contribuiu	73	71,6%	De 170 alunos do Showbusiness, 102 (60%) trabalham na indústria do entretenimento e desses 102, 73 (71.6%) disseram que este curso contribuiu para a inserção no mercado de trabalho				
Backstage	89						
Trabalham na indústria	50	56,2%					
Dizem que o curso contribuiu	39	78,0%					
Stage Management	30						
Trabalham na indústria	21	70,0%					
Dizem que o curso contribuiu	16	76,2%					
				Trabalham na indústria		Curso contribuiu	
Tour Management	31			Qtde	<i>Rank</i>	Qtde	<i>Rank</i>
Trabalham na indústria	17	54,8%	Showbusiness	102	1	73	1
Dizem que o curso contribuiu	14	82,4%	Backstage	50	2	39	2
Masterclass "First In Last Out"	31		Stage Management	21	3	16	3
Trabalham na indústria	21	67,7%	Tour Management	17	5	14	4
Dizem que o curso contribuiu	14	66,7%	Masterclass "First In Last Out"	21	3	14	4
Gestão de Entretenimento	16		Gestão de	12	7	8	7
Trabalham na indústria	12	75,0%	Carreira Artística	14	6	12	6
Dizem que o curso contribuiu	8	66,7%	Do Rabisco ao Primeiro Acorde	4	11	4	9
Carreira Artística	16		Live Marketing	6	8	4	9
Trabalham na indústria	14	87,5%	Comunicação para Música	6	8	6	8
Dizem que o curso contribuiu	12	85,7%	Produção Executiva	6	8	4	9
Do Rabisco ao Primeiro Acorde	7		Produção Técnica	1	16	0	17
Trabalham na indústria	4	57,1%	Music Business	3	12	3	12
Dizem que o curso contribuiu	4	100,0%	Planilhas	2	14	2	14
Live Marketing	10		Booking	1	16	1	15
Trabalham na indústria	6	60,0%	Webinars	2	14	1	15

Dizem que o curso contribuiu	4	66,7%
Comunicação para Música	7	
Trabalham na indústria	6	85,7%
Dizem que o curso contribuiu	6	100,0%
Produção Executiva	9	
Trabalham na indústria	6	66,7%
Dizem que o curso contribuiu	4	66,7%
Produção Técnica	1	
Trabalham na indústria	1	100,0%
Dizem que o curso contribuiu	0	0,0%
Music Business	6	
Trabalham na indústria	3	50,0%
Dizem que o curso contribuiu	3	100,0%
Planilhas	3	
Trabalham na indústria	2	66,7%
Dizem que o curso contribuiu	2	100,0%
Booking	4	
Trabalham na indústria	1	25,0%
Dizem que o curso contribuiu	1	100,0%
Webinars	4	
Trabalham na indústria	2	50,0%
Dizem que o curso contribuiu	1	50,0%
Festivais	3	
Trabalham na indústria	1	33,3%
Dizem que o curso contribuiu	0	0,0%
Outros	6	
Trabalham na indústria	3	50,0%

Festivais	1	16	0	17
Outros	3	12	3	12
	272		204	

Trabalha m na indústria	Curso contribuiu
1 Showbusiness	Showbusiness
2 Backstage	Backstage
3 Stage Management	Stage Management
4 "First In Last Out" Masterclass	Tour Management
5 "First In Last Out" Tour Management	Masterclass "First In Last Out"
6 Carreira Artística	Carreira Artística
7 Gestão de Entretenimento	Gestão de Entretenimento
8 Live Marketing	Comunicação para Música
9 Comunicação para Música	Do Rabisco ao Primeiro Acorde
10 Produção Executiva	Live Marketing
11 Do Rabisco ao Primeiro Acorde	Produção Executiva
12 Music Business	Music Business
13 Outros	Outros
14 Planilhas	Planilhas
15 Webinars	Booking
16 Produção Técnica	Webinars
17 Booking	Produção Técnica
18 Festivais	Festivais

Dizem que o curso
contribuiu 3 100,0%

Como alunos foram impactados

(importante ressaltar que os alunos marcaram diversos cursos)

	Redes Sociais	Indicação de amigos	Através do trabalho	E-mail marketing	Outros	> Detalhe de Outros
Showbusiness	72	69	6	4	19	
Backstage	54	27	2	0	6	
Stage Management	10	12	2	1	5	
Tour Management	13	10	1	1	6	
Masterclass "First In Last Out"	15	9	3	0	4	
Gestão de Entretenimento	8	6	0	0	2	
Carreira Artística	6	10	0	0	0	
Do Rabisco ao Primeiro Acorde	3	2	1	0	1	
Live Marketing	5	5	0	0	0	
Comunicação para Música	3	3	0	0	1	
Produção Executiva	1	6	0	0	2	
Produção Técnica	0	0	0	1	0	
Music Business	3	2	0	0	1	
Planilhas	2	0	0	0	1	
Booking	2	1	0	0	1	
Webinars	2	1	0	0	1	
Festivais	1	1	0	0	1	
Outros	1	4	0	0	1	