



Rock in Rio lança seu primeiro podcast, SHE ROCKS, produzido em parceria com a TIM para ampliar a voz das mulheres na indústria da música

O festival e a operadora reconhecem que presença feminina no setor ainda está muito aquém do seu potencial e promovem conversas com artistas, compositoras e profissionais para dar visibilidade à potência feminina na música

Rio de Janeiro, 18 de julho de 2022: Depois de apresentar um dia exclusivamente dedicado às mulheres nos principais palcos do festival, a organização do Rock in Rio, maior festival de música e entretenimento do mundo, anuncia o lançamento de seu primeiro podcast, o SHE ROCKS, realizado em parceria com a TIM. Neste espaço que será exclusivamente feminino, o festival promoverá semanalmente — todas as terças-feiras — conversas entre mulheres inspiradoras de diversas áreas da cena musical, entre elas artistas, compositoras e profissionais técnicas.

O projeto nasce da observação de diversos dados relativos à representatividade da mulher na indústria da música, como o fato de que, segundo a União Brasileira de Compositores, em 2021, as mulheres receberam apenas 9% do total distribuído em direitos autorais no país e esse é só um exemplo de indicador que mostra como um grande caminho de transformação na indústria ainda precisa ser percorrido. E por isso, a importância de se abrir espaço para a voz das mulheres na música.

Produzido por e sobre as mulheres que fazem diferença no mundo da música e do entretenimento, o SHE ROCKS é um espaço plural que amplifica e potencializa esta voz na indústria da música, destaca nomes pioneiros e engaja cada vez mais a presença feminina neste universo que ainda é predominante ocupado por homens.

“A presença feminina na indústria da música ainda está muito aquém do seu potencial. Entendemos que a força de comunicação e engajamento do Rock in Rio pode contribuir para que mais rápido vejamos mudanças nesta realidade. O Rock in Rio é um ponto fora da curva, pois aqui nós mulheres ocupamos 65% dos cargos de liderança. Acreditamos que, enquanto nos divertimos e cantamos juntos, podemos também semear conversas relevantes para a sociedade,

PATROCINADOR
DE CONTEÚDO

TikTok

PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES





por isso na edição deste ano, o festival terá um dia inteiro dedicado à elas, com as mulheres compondo 100% do line-up de alguns palcos da Cidade do Rock, no dia 11 de setembro. A proposta do SHE ROCKS é alimentar esta conversa de agora até lá e dar visibilidade à potência feminina no setor, que ainda está ocupado em sua maioria por profissionais homens.” afirma Roberta Medina, VP Executiva do Rock in Rio.

Os episódios do SHE ROCKS serão comandados por Gaía Passareli e Renata Simões, que receberão convidadas para falarem sobre carreira, preconceitos, desafios, conquistas, fãs, shows e tudo o que permeia atuar na indústria da música.

Outra novidade é que ao final dos episódios, o SHE ROCKS disponibilizará uma playlist co-construída pelas convidadas do podcast. A cada programa, novas músicas são sugeridas pelas participantes. A ideia surgiu após uma análise feita pelo Music Technology Group (MTG) e da Universidade de Utrecht que mostra que grande parte do consumo de música é de canções compostas e interpretadas por homens, mas não por falta de oferta feminina e sim porque o algoritmo está “viciado”. Dessa forma, o podcast incentiva e estimula a recomendação de músicas compostas, produzidas e interpretadas por mulheres como mais uma forma de dar mais exposição para as vozes femininas que, ainda em suas estreias, já saem prejudicadas pelos algoritmos.

O primeiro episódio, lançado hoje, já chegou com força total. As convidadas da estreia são Roberta Medina e a cantora Luisa Sonza. Dentre as próximas participantes, o SHE ROCKS receberá Bia Ferreira, cantora, compositora, multi-instrumentista e ativista brasileira; Guta Braga, criadora da MCT, co-criadora e apresentadora do FastForward Podcast; Erika Lôbo, compositora e produtora musical, além de sócia da Duophono e membra do database da @ShelsTheMusic; Ana Paula Castello Branco, diretora de Comunicação e branding da TIM, além das diretoras do Rock in Rio Ana Deccache (Comunicação), Ana Biavaschi (Cenografia), Renata Guaraná (Parcerias) e Juliana Ribeiro (Ticketing) e a VP de Learning Experience, Agatha Arêas.

Cada episódio focará em uma temática diferente da indústria da música. Entre eles, estão o “Minha canção é meu manifesto”, com artistas que trazem em suas letras questões e situações atuais do dia a dia; “Pioneiras sim!” com as primeiras profissionais em determinados campos, seus desafios e como chegaram lá; “O show que a gente dá por traz do show que você adora ver”, com as mulheres que cuidam e fazem parte do time de backstage, montagem de palcos, camarins etc.

PATROCINADOR
DE CONTEÚDO

TikTok

PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES



PARCEIROS





Para a TIM, patrocinadora oficial do Rock in Rio Brasil 2022, participar de uma iniciativa que dê mais visibilidade para as mulheres está em linha com seu compromisso com temas como equidade de gênero e combate ao machismo. “Temos utilizado cada vez mais a nossa plataforma de música para tratar de temas relevantes para a sociedade e promover reflexões importantes. O lançamento do SHE ROCKS faz parte dessa estratégia”, comenta Ana Paula Castello Branco, Diretora de Comunicação e Marca da operadora.

O SHE ROCKS lançará um novo episódio toda terça-feira e está disponível gratuitamente nas principais plataformas musicais: Spotify e Deezer.

O parceiro responsável pela co-criação e produção do conteúdo é o A-LAB Content Lovers, que cuida de toda a comunicação e de toda a produção de conteúdo do festival, bem como é o parceiro do Rock in Rio em diversos projetos realizados junto a marcas, como é o caso do She Rocks.

Sobre o Rock in Rio

O Rock in Rio foi criado para dar voz a uma geração e promover experiências únicas e inovadoras. Em 1985, o evento foi responsável por colocar o Brasil na rota de shows internacionais. Batendo recordes de público a cada edição e gerando impactos positivos nos países onde é realizado, se consagrou como o maior festival de música e entretenimento do mundo. Consciente do poder disseminador da marca, hoje o Rock in Rio pauta-se por ser um evento com o propósito de construir um mundo melhor para pessoas mais felizes, confiantes e empáticas num planeta mais saudável.

A internacionalização da marca começou por Portugal, Lisboa, em 2004, onde o evento acontece até hoje, seguido por Espanha (Madri) e pelos Estados Unidos (Las Vegas). No Rock in Rio, os números não param de crescer. Pelas Cidades do Rock já passaram mais de 10 milhões de visitantes nestas 21 edições. Em 37 anos, o festival ganhou o mundo e tornou-se um verdadeiro parque de experiências, mas muito além disso, cresceu e ampliou a sua atuação, sempre com o olhar no futuro.

Adotando e incentivando práticas que apoiam o coletivo, o Rock in Rio preza pela construção de um mundo melhor e se une a empresas que possuem este mesmo olhar e diretriz. Em 2013, foi reconhecido por seu poder realizador ao receber a certificação da norma ISO 20121 - Eventos Sustentáveis. Desde a primeira edição, já gerou 237 mil empregos diretos e indiretos e investiu,

PATROCINADOR
DE CONTEÚDO



PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES



classificados.com Use interno



junto com seus parceiros, mais de R\$ 110 milhões em diferentes projetos, passando por temas como sustentabilidade, educação, música, florestas, entre outros.

Sobre a TIM

“Evoluir juntos com coragem, transformando tecnologia em liberdade” é o propósito da TIM, operadora líder em cobertura móvel e presença 4G. Pioneira em testes do 5G, está pronta também para ser protagonista da tecnologia que revolucionará diversos setores da sociedade, em linha com a sua assinatura: “Imagine as possibilidades”. Comprometida com as melhores práticas ambientais, sociais e de governança, integra importantes carteiras da bolsa brasileira, como a do Novo Mercado, do S&P/B3 Brasil ESG e do Índice de Sustentabilidade Empresarial. Está listada no Sustainability Yearbook 2022, que reúne as empresas mais sustentáveis do mundo, e foi a primeira operadora a certificação ISO 37001, de combate ao suborno. Faz parte ainda do Índice de Equidade de Gênero da Bloomberg e lidera, entre as empresas do Brasil e do setor de telecom mundial, o Refinitiv Diversity & Inclusion Index. Para mais informações, acesse www.tim.com.br.

Informações para imprensa

PR Rock in Rio

Approach Comunicação

rockinrio@approach.com.br

Isabella Werneck (Assistente) - 21 97626-1837

isabella.werneck@approach.com.br

Jullia Bustamante (Atendimento) - 21 99599-0015

jullia.bustamante@approach.com.br

Camila Acatauassú Xavier (Coordenadora) – 21 98257-3800

camila.xavier@approach.com.br

Fabiana Guimarães (Diretora) - 21 98818-4845

fabiana.guimaraes@approach.com.br

PR TIM

Juliana Isidoro – jisidoro@timbrasil.com.br – 21 98113-3336

Mass Media – assessoria.tim@massmedia.com.br – 21 99129-8125

PATROCINADOR
DE CONTEÚDO



PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES





PATROCINADOR
DE CONTEÚDO



PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES



PARCEIROS



classificados.com Use interno