

ESTUDIO DE GÉNERO EN LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA EN ESPAÑA

Informe final

Presentado a:



Presentado por:



Proyecto ordenado por:
Asociación de Mujeres de la Industria de la Música (MIM)

Proyecto financiado por:
Ministerio de Cultura y Deporte de España
INAEM

Coordinación del proyecto:
J. Ignacio Gallego (Universidad Carlos III de Madrid)

Dirección metodológica:
Dafne Muntanyola Saura (Universidad Autónoma de Barcelona)
Miguel Ángel Gil Escribano (Universidad Carlos III de Madrid)

Redacción:
Dafne Muntanyola Saura (Universidad Autónoma de Barcelona). dafne.muntanyola@uab.cat
J. Ignacio Gallego (Universidad Carlos III de Madrid). juanignacio.gallego@uc3m.es
Miguel Ángel Gil Escribano (Universidad Carlos III de Madrid). migile@hum.uc3m.es

ISBN: 978-84-16829-62-0
Año: 2020

Índice de contenidos

Índice de contenidos	3
1. Industria musical y mujeres: marco general de situación	5
2. Perfil de situación de la mujer trabajadora en la industria musical española	15
2.1. Perfil demográfico.....	15
2.1.1. Distribución por edad.....	15
2.1.2. Estado civil y maternidad	17
2.2. Perfil laboral	25
2.2.1. Actividad, rol y funciones desempeñadas	25
2.2.2. Trayectorias: movilidad e ingresos	35
2.2.3. Perfil sociolaboral y maternidad	44
2.3. Requerimientos y exigencias del puesto de trabajo, e impacto de otros factores de influencia en la carrera profesional	57
2.3.1. Requerimientos y exigencias del puesto de trabajo	57
2.3.2. Barreras experimentadas	59
2.3.3. Expectativas en la carrera profesional	64
3. Grupos de discusión: una mirada cualitativa	68
3.1. Las condiciones laborales del sector musical en España.....	68
3.2. Las trayectorias laborales y de promoción de las mujeres en la industria.....	70
3.3. Identificar los elementos percibidos de discriminación laboral	72
3.4. Recoger los posibles factores de cambio que las mujeres identifican como favorables y desfavorables para su trayectoria profesional	78
4. Conclusiones	83
5. Notas metodológicas.....	86
5.1. Diseño metodológico de encuesta online a profesionales de la industria	86
5.2. Diseño metodológico de grupos de discusión	90
6. Referencias.....	94

1. Industria musical y mujeres: marco general de situación

La situación de las mujeres en las diferentes industrias culturales ha sido objeto de debate y controversia desde hace un tiempo. Ya la Unesco en su «Convención de 2005 sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales» instaba a «adoptar medidas que apoyen a las mujeres como artistas en la creación, producción y distribución de bienes y servicios culturales. La Convención de 2005 proporciona un marco para hacer frente a los desafíos de género en las industrias culturales y creativas a través de políticas y medidas integradas basadas en datos desglosados por sexo» (Unesco, 2019). Además, en su Objetivo de Desarrollo Sostenible 5, Naciones Unidas hace hincapié en «lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas». Ante esta situación, desde la Unesco se llama a dar seguimiento a estas cuestiones con los siguientes indicadores principales:

- a) «Políticas y medidas promueven la igualdad de género en los sectores de la cultura y de la comunicación».
- b) «Sistemas de seguimiento evalúan los niveles de representación y participación de la mujer en los sectores de la cultura y de la comunicación, así como su acceso a ellos».

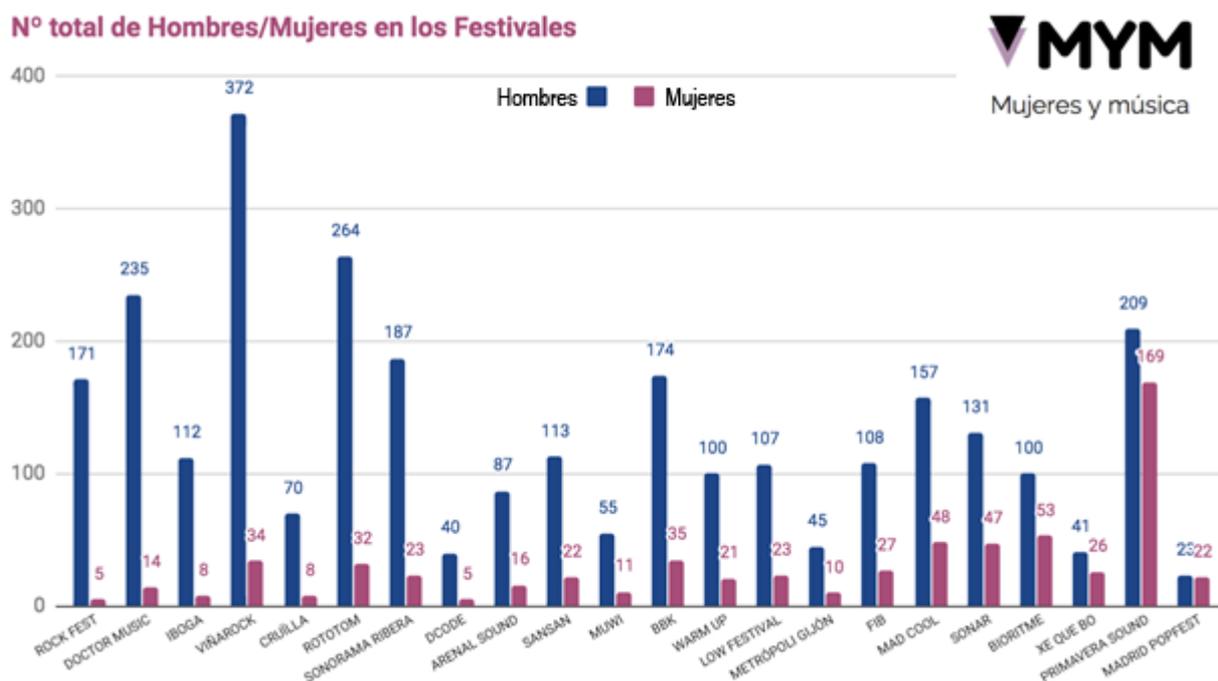
Como resultado de estos indicadores, la Unesco destaca la necesidad de implementación de «Legislaciones nacionales e internacionales sobre derechos humanos y libertades fundamentales se implementan y promueven la igualdad de género y la libertad artística» (Unesco, 2019).

En el ámbito español, el debate se ha incrementado de manera considerable por la movilización de las mujeres en el marco de diversos movimientos. Como ejemplo se han constituido diferentes asociaciones o grupos de presión. Entre ellas, destaca la entidad que ha impulsado este trabajo, la Asociación de Mujeres de la Industria de la Música (MIM), que se crea en 2016 y se marca como objetivo su disolución tras conseguir una industria «donde hombres y mujeres tengan el mismo tratamiento, los mismos salarios, las mismas oportunidades, y las mismas posibilidades» (asociacionmim.com, 2019).

Previamente, se han realizado trabajos académicos que abordaban la situación de la mujer en las orquestas sinfónicas, como la tesis de Sandra Soler en 2017 *Mujeres y música. Obstáculos vencidos y caminos por recorrer. Avances hacia la igualdad y metas por alcanzar en el campo de la composición, interpretación y dirección orquestal* (Soler, 2017) o el estudio *¿Dónde están las mujeres en la música sinfónica?* (Asociación Clásicas y

Modernas, 2019) impulsado por la Asociación Clásicas y Modernas, la Asociación Mujeres en la Música, la Asociación de Mujeres Creadoras de Música en España y la Fundación SGAE. Además, Pilar Ramos presentó en 2010 un interesante trabajo de problematización en su artículo «Luces y sombras en los estudios sobre las mujeres y la música» (Ramos, 2010).

En España hay pocos trabajos realizados con un enfoque sobre la industria musical y sobre la llamada música popular. Aparte de algunos debates surgidos en medios de comunicación sobre el machismo en la música (Varios Autores, 2013; rockdelux.com, 2013), destacamos la estadística llevada a cabo desde 2017 por el colectivo Mujeres y Música¹ sobre porcentaje de mujeres artistas en festivales de música en España, que en 2019 presentaba un porcentaje de 19,17 % de mujeres en los carteles de los principales eventos del país, con un reparto que se aprecia en el siguiente gráfico.



Presencia de mujeres en festivales 2019. Fuente: MYM (<http://mujeresymusica.com/presencia-de-las-mujeres-en-los-festivales-en-2019/>).

También destaca el reciente informe de marco publicado por la Fundación Alternativas: *Mujeres en la industria musical: políticas públicas para la participación, la visibilidad y*

¹ El colectivo Mujeres y Música está conformado por varias artistas de diferentes disciplinas musicales. Más información: <https://mujeresymusica.com/>.

la igualdad (Marinas, 2019). En él se establece un contexto de problemáticas con diferentes demandas desde los sectores culturales y una serie de propuestas de política pública.

A nivel internacional también nos encontramos algunos estudios de interés que nos sirven de referencia a la hora de elaborar nuestro estudio. La EENCA² presentó en 2019 el documento *Gender gaps in the Cultural and Creative Sectors (with the exception of the audio-visual sector)*, donde recopilan datos de diversos estudios previos que establecen un claro marco de desequilibrio en el sector musical a nivel global. En este estudio se mencionan las estadísticas de brecha salarial en el Reino Unido, cuyo gobierno recopila por ley datos de las empresas de más 250 trabajadores y que en 2019 establece una brecha del 29 % de media en las tres principales casas discográficas (Universal, Sony y Warner)³.

Por otra parte, UK Music, el organismo de representación de la industria musical británica, presentó el informe cuantitativo de diversidad de la fuerza de trabajo en la industria musical británica (UK Music, 2018) que se limita a dar porcentajes de etnia y sexo dentro de la industria musical.

También es de interés el trabajo publicado en 2018 por la Annenberg Inclusion Initiative sobre inclusión en el estudio de grabación. En él se trabajaba sobre cuestiones de género y etnia de artistas, compositores/as y productores/as en 600 canciones de 2012 a 2017. El titular del estudio en este aspecto era claro «Womens are missing in the music industry creative roles» con un porcentaje de 22,4 % de mujeres artistas, un 12,3 % de compositoras y un 2 % de productoras (Smith, Choueiti & Pieper, 2018) en las canciones analizadas.

La falta de equilibrio en los festivales de música señalada previamente ha marcado políticas en otros países como Argentina, donde se ha aprobado en noviembre de 2019 la ley de cupo del 30 % de mujeres y disidencias en los festivales del país⁴.

Por último, el estudio que nos ha servido de referencia para una parte de nuestro de trabajo es el realizado por la Asociación Women in Music de Canadá en 2015. Bajo el título «A profile of Women Working in Ontario's Music Industry» (Women in Music & Nordcity, 2015) se

² La European Expert Network On Culture and Audiovisual se establece en el año 2015 como un consorcio entre la consultora Panteia y el SMIT (Studies in Media, Innovation and Technology) de la Universidad Vrije de Bruselas. Cuenta con la financiación de la Comisión Europea.

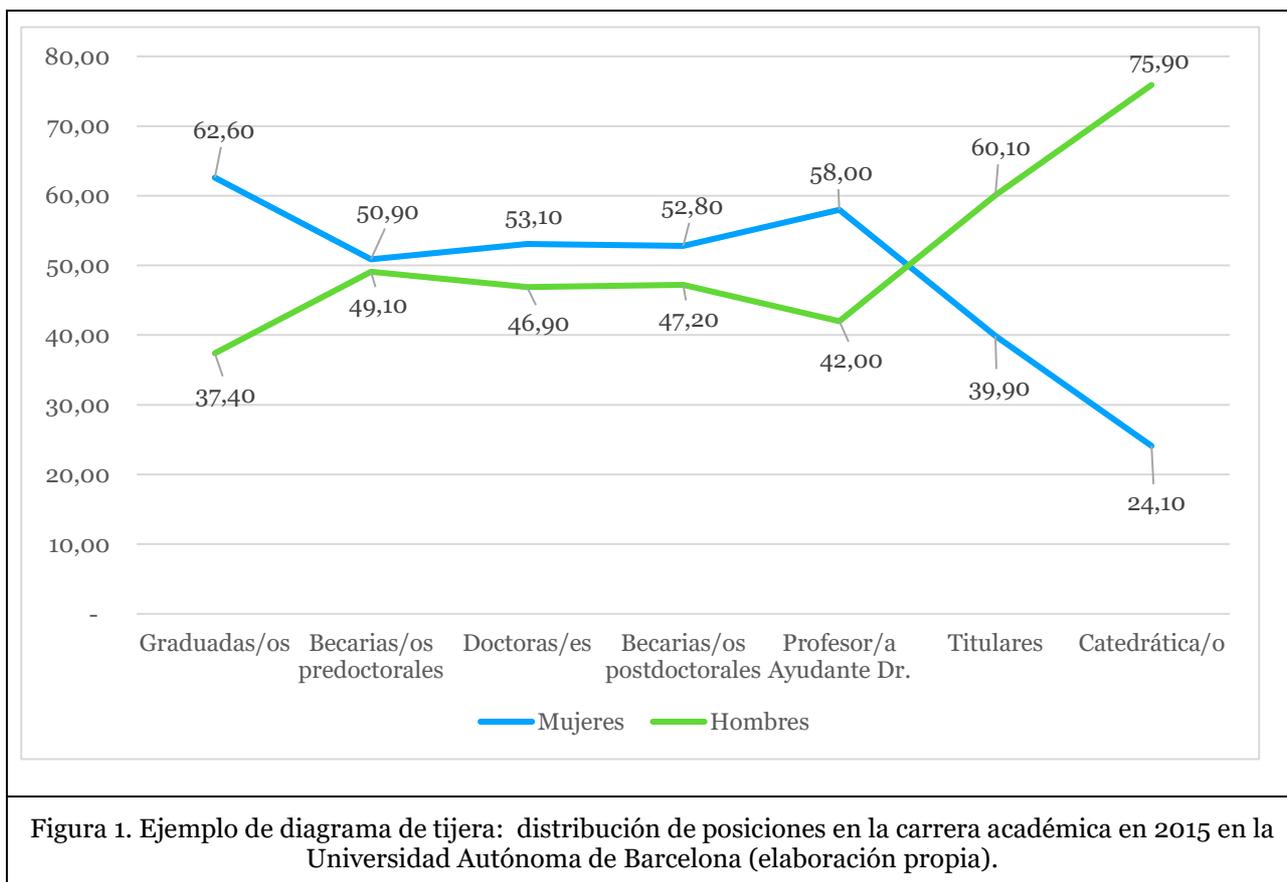
³ Se puede profundizar en estas cifras en la siguiente noticia: <https://www.musicbusinessworldwide.com/revealed-what-major-labels-are-paying-women-compared-to-men-in-the-uk/> (musicbusinessworldwide, 2019). Además, se puede consultar el informe generado por Warner Music sobre brecha salarial: https://www.wmg.com/sites/g/files/g2000004716/f/201904/WARNER%20MUSIC%20UK_GPG_RE-PORT_2019.pdf (Warner Music Group, 2019).

⁴ Para profundizar en esta norma, véase : <https://www.pagina12.com.ar/232257-las-musicas-lograron-que-el-cupo-femenino-sea-ley> (pagina12.com.ar, 2019).

ofrece una encuesta realizada a hombres y mujeres que ayuda a presentar un perfil de la trabajadora de la industria musical en la región de Ontario, y que destaca por dedicarse en su mayor parte a los roles de *marketing* y promoción, producción de eventos y *mánagers*, con una infrarrepresentación importante en los roles de producción musical y de desarrollo de negocio. En cuanto a los cargos directivos, solo un 23 % estaba ocupado por mujeres y un 48 % de las empresas encuestadas no contaban con mujeres en sus cargos ejecutivos.

Las variables estructurales de clase, nivel educativo, género, origen y edad siguen siendo cruciales en la constitución de un marco de posibilidades para la industria musical. De entrada, España es uno de los países europeos con un mayor desempleo, especialmente el juvenil, que llegó a contar con niveles que superaron el 50 % en la época de crisis, y que actualmente oscilan entre el 20 % y el 25 %. Además, el mercado laboral español se caracteriza por elevados niveles de temporalidad, es decir, con un tipo de contratación inestable en todos los sectores. Concretamente, en la población ocupada de entre 16 y 34 años, el porcentaje de contratos temporales es de 69,5 % en Cataluña, un dato que es extrapolable al conjunto de la población (Castelló et al., 2014).

Este marco general de precariedad y de temporalidad afecta, como veremos, de manera clara a las profesiones del sector musical. Otro elemento importante para comprender el funcionamiento del mercado laboral en clave de género es la existencia del fenómeno social llamado techo de cristal (*glass ceiling*), un término que apareció por primera vez en 1986 en *The Wall Street Journal*. Esta metáfora describe las dificultades con las que se encuentran las mujeres cualificadas para ascender profesionalmente de la misma forma que un hombre. Se trata de una realidad estadística: al observar las trayectorias laborales de hombres y mujeres en cualquier sector, del académico al de servicios, pasando por el industrial, nos encontramos con un diagrama de tijera (figura 1). A nivel global en todos los sectores, en términos de formación las mujeres superan a los hombres. Pero cuando llegamos a niveles intermedios de la carrera profesional, los hombres siguen una trayectoria ascendente, mientras que las mujeres, en edades asociadas a la maternidad, se estancan o desaparecen. Estas diferencias en los comportamientos de promoción laboral se han llamado también *leaky pipeline* (tubería que gotea), porque algunas de estas mujeres pasan de jornada completa a jornada parcial, e incluso dejan el mercado laboral por un tiempo más o menos largo e incluso definitivo. También aparece el *sticky floor* (suelo pegajoso) porque las mujeres que siguen a jornada completa no modifican su puesto de trabajo, por lo que no asumen cargos de mayor responsabilidad y parecen renunciar a estrategias de promoción.



Las luchas contra la discriminación directa, como, por ejemplo, el despido o la no contratación de mujeres embarazadas y la igualdad de salarios es ya de dominio público y supone una realidad tanto en la mayoría de las instituciones públicas como en empresas privadas. Sin embargo, como Torns et al. (2002) ponen de manifiesto, todavía hay mucho camino por recorrer para comprender la existencia de la tubería que gotea y del suelo pegajoso: ¿por qué las mujeres parecen renunciar a la carrera laboral y a expectativas de promoción en mayor medida que sus colegas masculinos? Para responder a esta pregunta es necesario entrar en la construcción de género que reproduce estas dinámicas laborales, que se encuentran en la base del reconocimiento profesional de estas mujeres y su construcción de expectativas.

Una parte de la explicación sociológica se encuentra en la desigualdad en la distribución de roles de género en las tareas de cuidados. Los datos sobre los usos, la distribución y el significado de los tiempos dan cuenta de las desigualdades que siguen al reparto de los trabajos entre los hombres y las mujeres (Carrasco et al., 2003; Treas, 2008; Moreno, 2015). Como constatan distintos estudios, a diferencia de los hombres, la dedicación de las mujeres a las tareas domésticas y de cuidados suele ser inversa a su implicación en el trabajo remunerado (Ajenjo y García, 2014). La persistencia de la división sexual del trabajo explica

por qué mientras que el paro se puede percibir como una oportunidad para la maternidad, siempre representa un fracaso para el hombre trabajador (Poveda, 2006). Las mujeres siguen dedicando mucho más tiempo a las tareas del hogar y la familia en comparación con los hombres. Aunque crece el tiempo que los hombres dedican a dichas tareas, persiste la segregación de las actividades, pero siguen siendo las más rígidas cotidianamente una responsabilidad femenina (Moreno et al., 2018). El tiempo dedicado al cuidado de los hijos tiende a crecer tanto en el caso de las mujeres como en el caso de los hombres, pero los estudios de corte cualitativo apuntan notables diferencias en la vivencia, percepción y significado atribuido a este tiempo. La mujer es siempre una madre mientras que el padre ejerce como tal cuando puede o quiere (Torns y Moreno, 2008).

Así, para comprender la discriminación en el mundo laboral debemos comprender los factores culturales que construyen la división sexual del trabajo dentro y fuera del horario laboral. Como veremos en los resultados, el origen de la discriminación no se encuentra solamente fuera del mercado laboral, como consecuencia de la inercia desigual en el reparto de tareas y de las cargas familiares. Los procesos de discriminación se encuentran también en la esfera laboral, y más concretamente en la industria musical, objeto de este estudio. Las prácticas y los discursos profesionales no son fijos, sino que cambian y se transforman según el tiempo y el lugar. Por lo tanto, si en la conciliación entre la vida personal y laboral entra en juego el reconocimiento del trabajo de cuidados, en la industria musical es necesario explorar el reconocimiento de las mujeres como profesionales capaces de desempeñar cargos de autoridad en tanto que expertas en su campo (Del Val et al., 2014). El objetivo general de los grupos de discusión es comprender cuál es el reconocimiento profesional de las mujeres que trabajan en la industria musical en España.

Hemos dicho que son patrones culturales los que marcan las pautas de reconocimiento profesional. Los diferentes géneros musicales se asocian a los sujetos de forma diferencial según su género (Bryson, 1996). Este autor recoge mediante una encuesta los (dis)gustos musicales de los jóvenes que siguen ejes de diferenciales según sean mujeres u hombres. Además, en la última década se ha establecido una relación directa entre el cuerpo sexualizado, la música y la danza (Muntanyola Saura, 2014). Se considera que las tecnologías requieren habilidades masculinas: por ejemplo, las guitarras están asociadas a grupos de rock masculinos, lo mismo que la música electrónica y los DJ (Leonard, 2007). Tal como afirma este autor, los géneros como el rock se asocian a la masculinidad, a la tecnología, a la autenticidad y la calidad. En cambio, la feminidad se define como lo contrario: canto, música de cantautores acústicos y tecnologías de música «sencilla» como la producción pop.

Además, la escucha y las culturas de los fans se han estudiado como práctica masculina (Baker, 2004; McNeil, 1987; Railton, 2001). Estas pautas construyen identidades y estereotipos que definen la imagen que tenemos de un artista, músico o profesional de determinados géneros o sectores musicales: un heavy, un punk o un técnico se conjugan, en sentido figurado, en masculino. Y estos estereotipos definen la imagen de lo que se considera un profesional del sector, hombre blanco y de cierta edad.

Los estudios culturales y sociales durante décadas han estado interesados en el análisis de la tecnología musical en términos de usos y significados diferenciados por género (Bayton, 1998; Whiteley, 2005). Investigaciones feministas recientes destacan que la tecnología y la música están estrechamente interconectadas, por ejemplo, en las culturas DJ (Gavanas y Reitsamer, 2013). La idea de la tecnología como no neutral, socialmente asociada a lo masculino, también va asociada a los ejes de clase, raza o etnicidad (Leung, 2008). Así, el uso de Internet por parte de las mujeres asiáticas no se ajusta al estereotipo de un experto masculino blanco o conocedor de la tecnología *nerd* asiático. Armstrong (2011) ha realizado investigaciones acerca del estereotipo de los hombres como tecnológicamente inteligentes. La construcción del experto tecnológico como masculino también aparece en Björck (2011). Werner y Johansson (2014) realizaron grupos de discusión en Moscú y Estocolmo para descubrir cómo la juventud universitaria da sentido a sus prácticas de escucha con la tecnología vinculada a Spotify y otras plataformas de MP3. Las referencias a la figura del experto masculino como *nerd* o *freak* de la música eran constantes, bien de forma autorreferencial por parte de los participantes masculinos, bien como modelos o figuras de referencia, como el novio o el padre, en el caso de las mujeres que participaron en los grupos. En cambio, no aparecieron las novias ni las madres en el discurso masculino. De la misma forma, veremos cómo en los grupos aparece una falta de reconocimiento de los gustos, conocimientos y juicios musicales de las profesionales.

En España, los patrones de gusto musical, la composición de los públicos y las divisiones de género musicales también reflejan la construcción de diferencias de género. El público mayoritario entre 30 y 45 años es femenino, mientras que los artistas más reconocidos son hombres; estos datos surgen de manera reiterada en estudios recientes (Herrera-Usagre, 2011; Lopez-Sintas et al., 2014; Mas, 2017; y Ariño y Llopis, 2017). Además, el *Anuario de estadísticas culturales* (Ministerio de Cultura y Deporte de España, 2019a) afirma que en 2018 las mujeres ocupaban el 45,5 % del total de empleos culturales. Si bien este informe no establece las categorías «sector musical» o «industria musical» de manera independiente,

sí que ofrece categorías relacionadas en las que los porcentajes de mujeres empleadas son los siguientes:

- a) Artes gráficas, grabación, reproducción de soportes, edición musical, fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido, instrumentos musicales: 27,1 %.
- b) Profesionales y técnicos del mundo artístico y cultural: 31,4 %.

Si nos fijamos en materias como la creación o la interpretación, podemos usar las cifras ofrecidas por el Anuario de afiliación a entidades de gestión vinculadas con la música. El porcentaje de mujeres en 2018 en la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) es del 19 %, en la Sociedad de Artistas Intérpretes o Ejecutantes de España (AIE) es del 21,4 % y en la Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales (AGEDI) es del 14,9 %. Por último, y relacionado con la dirección de compañías, en su último informe sobre el sector independiente, la Unión Fonográfica Independiente destaca que el 14 % de las compañías independientes están lideradas por mujeres, el doble que en 2017.

Si hablamos de formación, como ejemplo, el Máster en Industria Musical y Estudios Sonoros de la Universidad Carlos III de Madrid ha tenido un 58 % de alumnas en sus cinco primeras ediciones (2015/2020). Esto pone de manifiesto el interés de las mujeres jóvenes por incorporarse al sector.

Centrándonos en el acceso a actividades musicales, los porcentajes son mucho más equilibrados y, por ejemplo, el 33,2 % de las mujeres asistieron a espectáculos musicales en el 2018 frente al 35,2 % del total de los hombres. En la *Encuesta de hábitos y prácticas culturales 2018/2019* (Ministerio de Cultura y Deporte de España, 2019b) se destaca que el 69,5 % de las mujeres suele escuchar música todos los días frente al 71,6 % de los hombres.

Así, uno de los puntos de partida del estudio fue hacer un primer marco, a partir de la recopilación de datos por parte de la Asociación MIM, de algunas de las principales asociaciones del sector (Asociación de Promotores Musicales -APM-, Asociación de Productores Musicales de España -PROMUSICAE-, Asociación de Representantes Técnicos del Espectáculo-ARTE- y Asociación Española de Editores de Música-AEDEM-) entre sus asociados. Si bien las empresas pertenecientes a estas asociaciones no representan al total de la industria, sí nos da una fotografía de la distribución de roles laborales por cuestiones de género.

Con las respuestas compiladas (véase la tabla 1), se pueden ya establecer unas primeras conclusiones:

1. En el total de empleados compilados, hay un equilibrio con un 48 % de mujeres empleadas.
2. Hay un claro desequilibrio en los cargos de presidencia donde las mujeres ocupan un 37 % de los cargos de presidencia.

	Mujeres	Hombres	Total
Presidencia	96	163	259
Dirección	18	20	38
Operativos	642	608	1250
Total	756	791	1547

Tabla 1: Datos ofrecidos por AGEDI, AEDEM, APM, ARTE y recopilados por MIM (elaboración propia).

En este marco, nuestro estudio tiene como objetivo realizar una primera fotografía de la situación de la mujer en la industria musical española. Cuando nos referimos a la industria musical hablamos de la gestión del hecho musical. Simon Frith (2001) se refería a esta industria como una industria de gestión de derechos, de publicaciones, del talento y de la electrónica. Una mirada más amplia hablaría del sector musical, pero la propia condición de las asociadas a MIM nos da una idea de cuál es el marco de estudio. Hablamos de actividades que intervienen la circulación de música ya sea grabada o en vivo. En la encuesta o en la búsqueda perfiles para los grupos de discusión celebrados en el contexto de este trabajo, se incluyen actividades de empresas, personas o instituciones como las siguientes: creadores y artistas, asociaciones, empresas relacionadas con la representación legal, distribuidoras o agregadores digitales, editoriales musicales, empresas de *marketing* y promoción, empresas de representación y/o gestión, empresas o locales de música en directo, entidades de gestión, estudios de grabación, festivales de música, sellos fonográficos y tiendas de discos o comercio electrónico. Además, hay que tener en cuenta aquellas actividades no directamente vinculadas a la industria, pero que establecen sinergias claras con ella: instituciones educativas, productoras de televisión, cine o publicidad, productoras de videojuegos o medios de comunicación.

Para cumplir estos objetivos, nuestro trabajo desarrolla una doble metodología (desarrollada en el apartado «Notas metodológicas»): una encuesta *online* a profesionales de la industria que acompañe y permita mayores índices de generalización a los datos

obtenidos a través de la investigación cualitativa sobre cuatro grupos de discusión en Valencia, Barcelona, Madrid y Bilbao que buscan trazar ese perfil de situación y experiencia de la mujer en la industria. Estas metodologías se consideran perfectamente complementarias y han servido para verificar la validez de los dos trabajos que han sido diseñados de manera conjunta y realizados de manera independiente.

En la encuesta obtuvimos una muestra de 320 respuestas (un 64 % de mujeres) de una población desconocida que, en función de nuestras investigaciones iniciales, estaba conformada por al menos 1250 personas (N=1250). Cabe indicar aquí que, siendo la unidad de investigación la mujer trabajadora de la industria musical, dados los objetivos, la encuesta fue lanzada a una población general que incluía tanto a hombres como a mujeres. El objetivo de esta táctica se justifica en la necesidad de que las respuestas dadas al cuestionario estuviesen lo más libre posible de sesgos de índole ideológica, dada la naturaleza de la indagación en el marco de la opinión pública actual tan politizada por partidos políticos.

Para el diseño de los grupos de discusión se han tenido en cuenta las siguientes variables estructurales: nivel de estudios, años de experiencia profesional, categoría profesional, tipo de contrato, tipo de jornada, maternidad y edad. A partir de aquí se buscaron los siguientes grupos de mujeres:

G1: mujeres con contrato indefinido, adultas jóvenes (20-40 años), 50 % con nivel de estudios universitarios, 50 % madres.

G2: mujeres con contrato temporal o autónomas, adultas jóvenes (20-40 años), 50 % con nivel de estudios primarios o secundarios, 50 % madres.

G3: mujeres con contrato indefinido, adultas mayores (40-60 años), 50 % con nivel de estudios universitarios, 50 % madres.

G4: mujeres con contrato temporal o autónomas, adultas mayores (40-60 años), 50 % con nivel de estudios primarios o secundarios, 50 % madres.

2. Perfil de situación de la mujer trabajadora en la industria musical española

2.1. Perfil demográfico

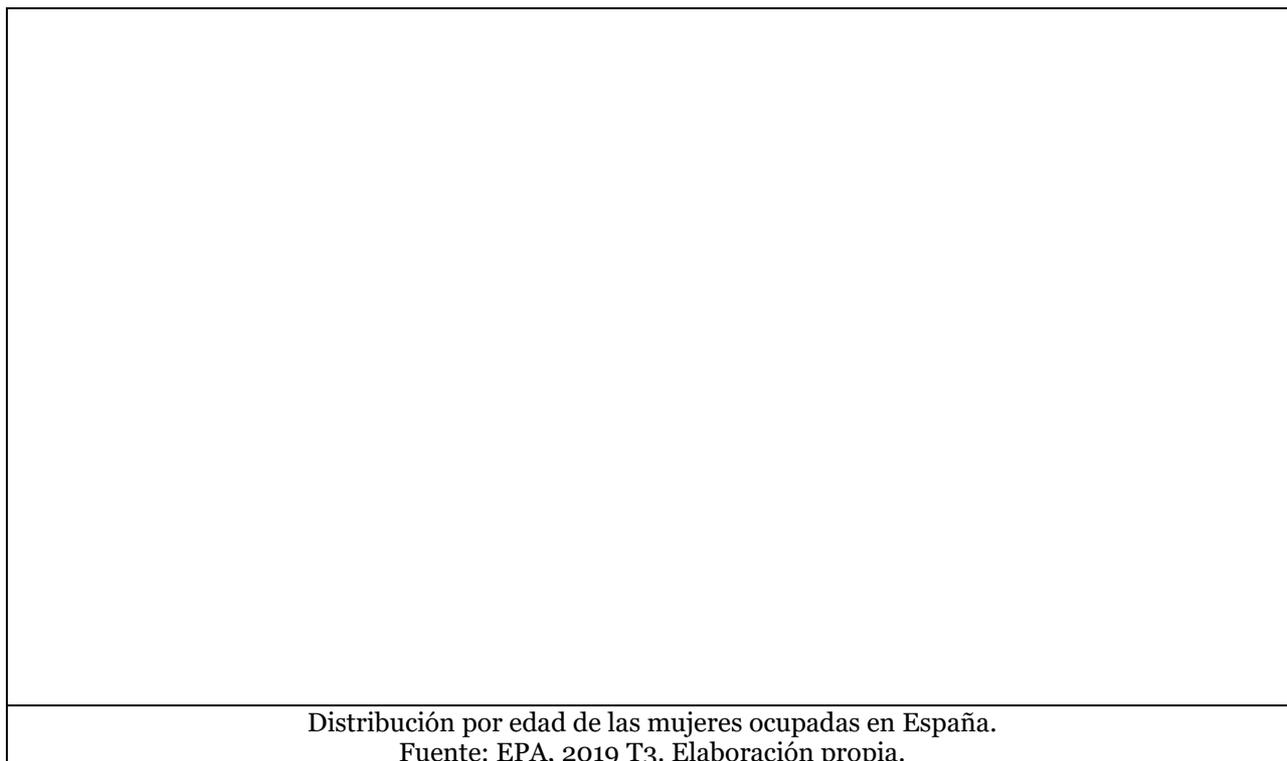
Un primer punto para analizar el perfil de la mujer trabajadora de la industria musical consiste en descubrir el perfil demográfico de la distribución.

2.1.1. Distribución por edad



A primera vista, el dato más relevante que se observa es que casi el 76 % de la muestra que conforma esta distribución pertenece a las generaciones nacidas entre 1975 y 1989, y casi el 50 % lo componen mujeres entre los 30 y los 40 años de edad, lo que nos indica que el perfil de edad principal en la industria musical sería el de una mujer joven adulta. Pero cabe destacar también dos aspectos de esta distribución. En primer lugar, el fuerte escalón que se percibe con las generaciones mayores, las nacidas antes de 1970, hasta el punto de que no hemos encontrado casos de mujeres mayores de 58 (nacidas entre 1955 y 1960) que estén trabajando en la industria musical. En segundo lugar, lo que se observa es el mayor escalón que se percibe con la generación más joven: tanto con las mujeres que se están incorporando al mercado laboral, ya sea como primera opción laboral tras terminar la educación secundaria obligatoria, como con las que lo hacen tras terminar una formación superior. De este modo, tampoco hemos encontrado mujeres menores de 20 años que trabajen en este campo.

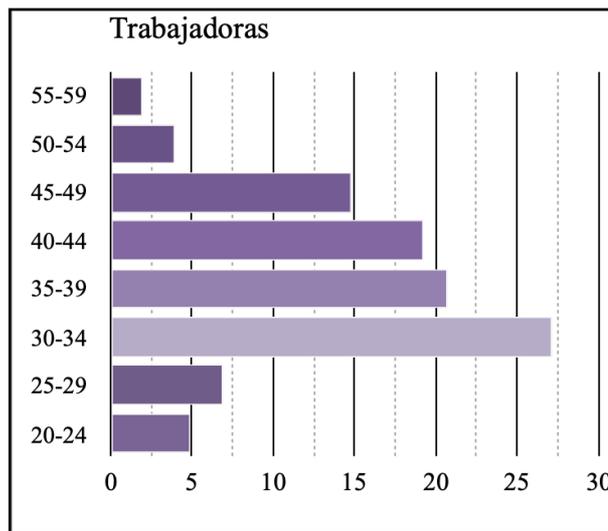
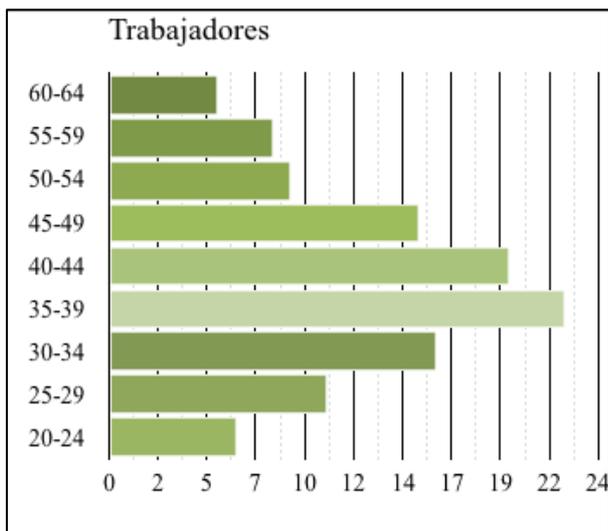
Si nos atenemos a la distribución por edad de las mujeres ocupadas en España, descubrimos el siguiente perfil:



Observamos que el rango de edad que más predomina en la estructura de la población activa de las mujeres se encuentra entre los 35 y los 50 años, mientras que el rango de edad modal es justo el superior al de la industria musical: mayores de 40 años. De esta manera, podemos confirmar la tendencia de que la mujer trabajadora de la industria musical es una mujer joven adulta.

En este punto, consideramos que puede ser viable una comparación entre la muestra obtenida en hombres y en mujeres. Huelga decir que las muestras son de un tamaño distinto, y esto nos impide hacer una comparativa rigurosa, dado que, con el material de investigación recopilado, en la industria musical trabajan más hombres que mujeres⁵, aunque la diferencia sea pequeña. No obstante, con estos datos en la mano, si comparamos esta distribución estadística con la muestra de hombres obtenida, podemos observar ciertas tendencias que diferencian a ambos sexos y caracterizan así la muestra de la industria musical obtenida.

⁵ Véase la tabla de la p. 13. Estos datos no se pueden tomar como universo poblacional, pero sí los tenemos como referencia. En tal caso, y pese a la incertidumbre, consideramos que su distribución puede ser orientativa. Esto nos permite, en el marco de la distribución por edades, arriesgarnos a establecer una comparativa a modo de ilustración, siempre teniendo presente que el nivel de error desconocido es elevado.

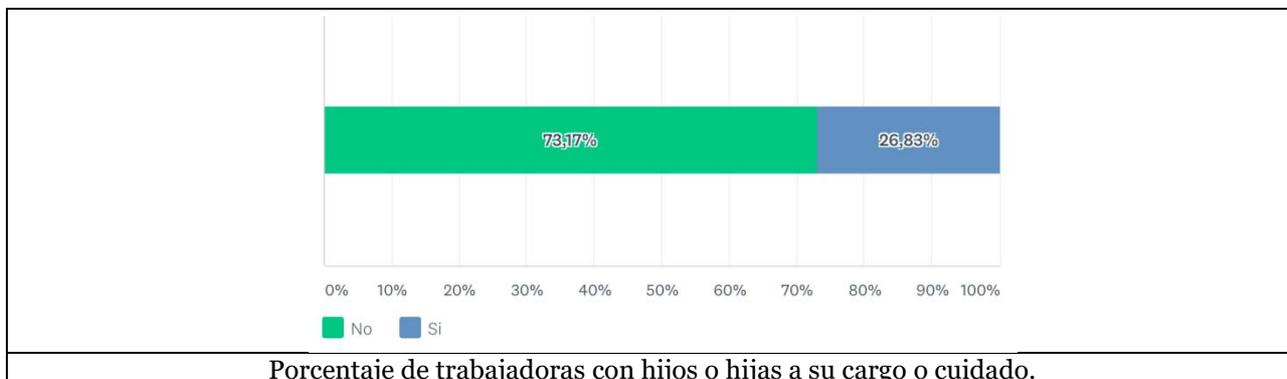


Distribución por edad de los trabajadores de la industria musical (n=113).	Distribución por edad de las trabajadoras de la industria musical (n=205).
--	--

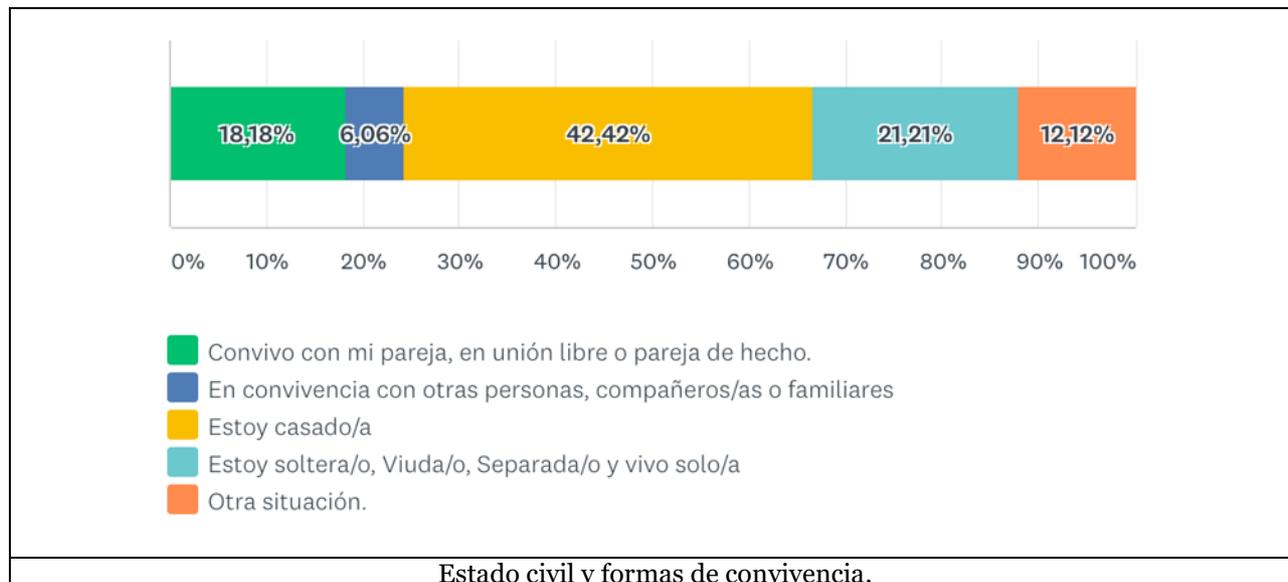
- El perfil de trabajadores tiende a estar conformado hasta el momento por trabajadores y trabajadoras jóvenes y adultas, de entre 30 y 40 años de edad.
- En los rangos medios de edad, los que van de 30 a 45 años de edad, parece que hay una mayor presencia femenina.
- En los rangos de mayor edad y en los más jóvenes, la presencia femenina es menor. Llama la atención, sobre todo, que no hayamos encontrado trabajadoras de más de 60 años, mientras que, con una muestra menor, sí hemos encontrado representación masculina dentro de ese mismo rango de edad.

2.1.2. Estado civil y maternidad

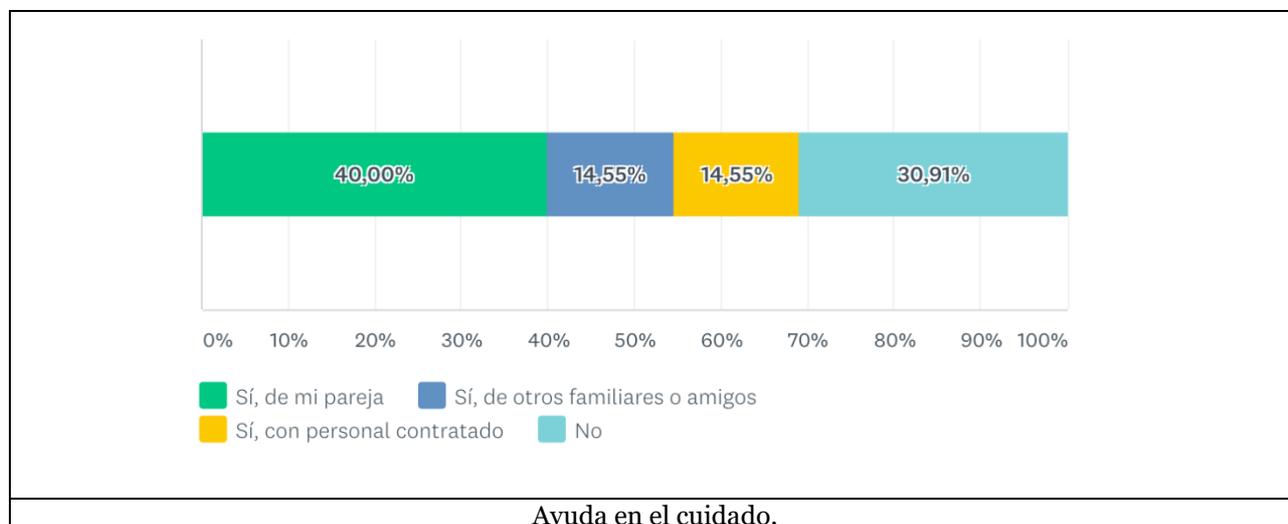
El perfil de la trabajadora de la industria musical se caracteriza principalmente por la baja tasa de fecundidad: solo el 26 % de la muestra obtenida afirma tener hijos o hijas a su cargo y cuidado. Nota aparte es el caso de la muestra obtenida en hombres: un 29 % de ellos afirma tener hijos o hijas a su cargo o cuidado.



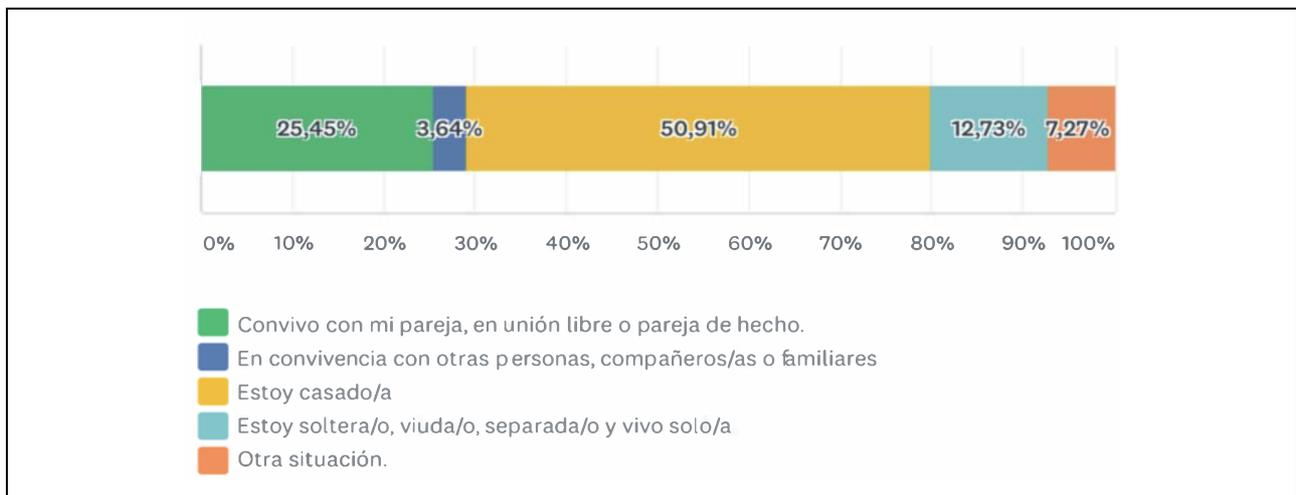
En lo relativo a su estado civil, el perfil de la trabajadora de la industria musical es el de una mujer que convive con otras personas (70 %), pero principalmente en pareja (50 %) en sus dos modalidades: tanto en matrimonio como en unión libre o pareja de hecho.



De ese 26 % de trabajadoras que nos han indicado que son madres, casi una tercera parte afirma que no recibe ayuda en las tareas de cuidado. Lo mismo ocurre con los hombres que conforman la muestra: la mitad (51 %) afirma no disponer de ayuda en las tareas de cuidado.

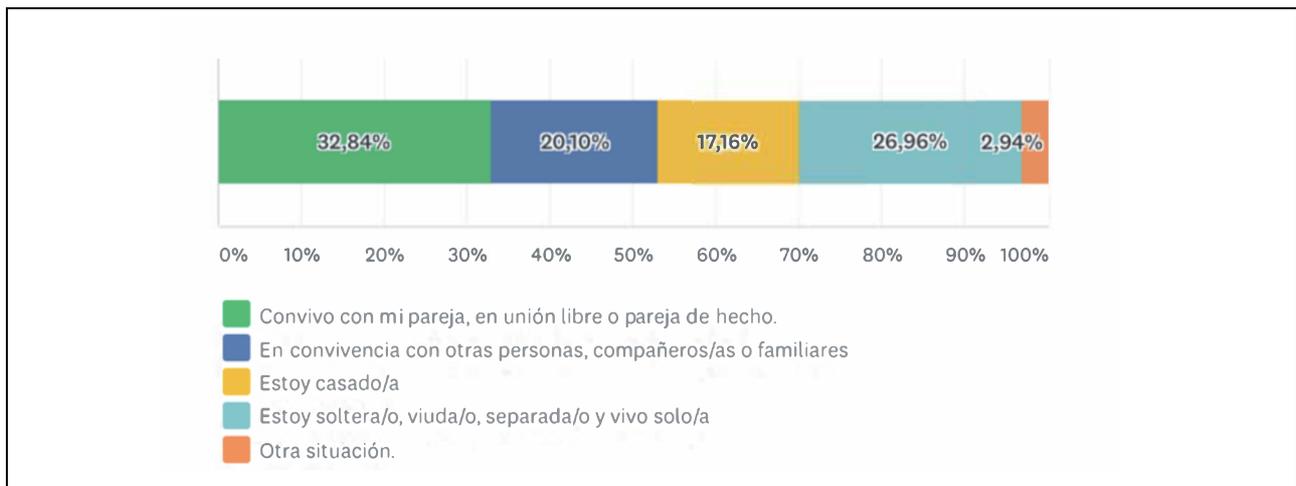


Otro dato estructural es que, de ese total de madres trabajadoras, la mayoría convive principalmente en el matrimonio o en unión libre o pareja de hecho, como se puede observar en el siguiente gráfico. Lo mismo ocurre en el caso de la muestra de hombres extraída (81 % del total de padres).



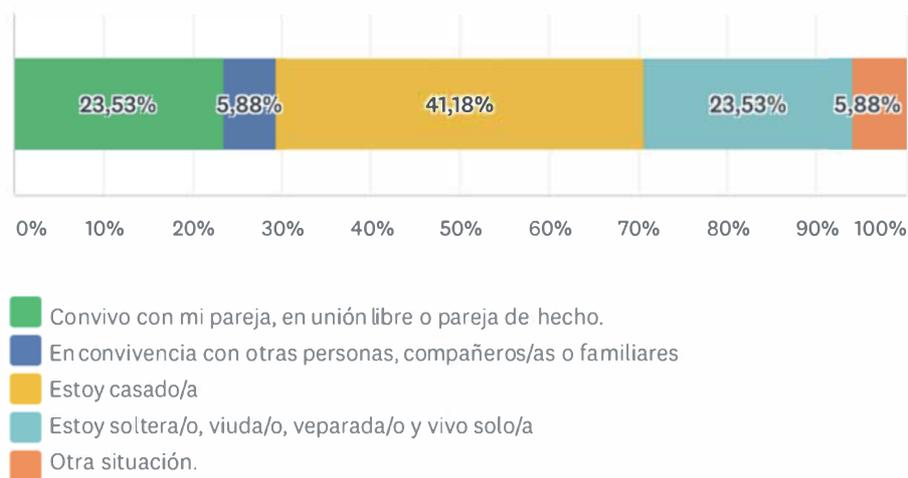
Estado civil y convivencia del total de madres trabajadoras.

En esta línea, afinando un poco más el análisis, observamos que, tanto del total de madres trabajadoras que afirman no tener ningún tipo de ayuda (ese 30,91 % del total de las madres trabajadoras) como del que tienen ayuda de otras personas que no son su cónyuge (14,55 % + 14,55 %), más de la mitad convive con su pareja, ya sea de derecho o de hecho o en unión libre, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico:



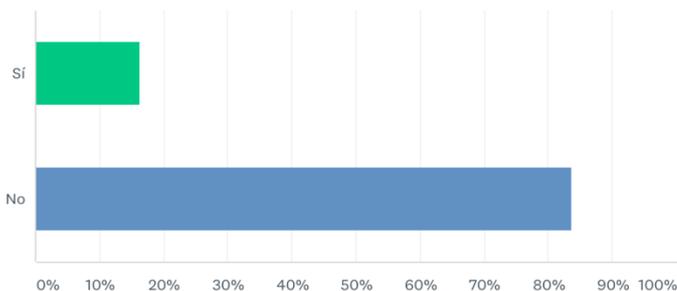
Estado civil de las madres trabajadoras sin ayuda en el cuidado de los hijos e hijas por parte de su cónyuge.

Pero, de ese 30,91 % en particular de madres trabajadoras que afirman que no reciben ayuda en el cuidado de sus hijos e hijas por parte de nadie, más de la mitad (41,18 % + 23,53 %) también conviven dentro del matrimonio o como pareja de hecho o en unión libre, tal y como se puede observar en el siguiente gráfico:



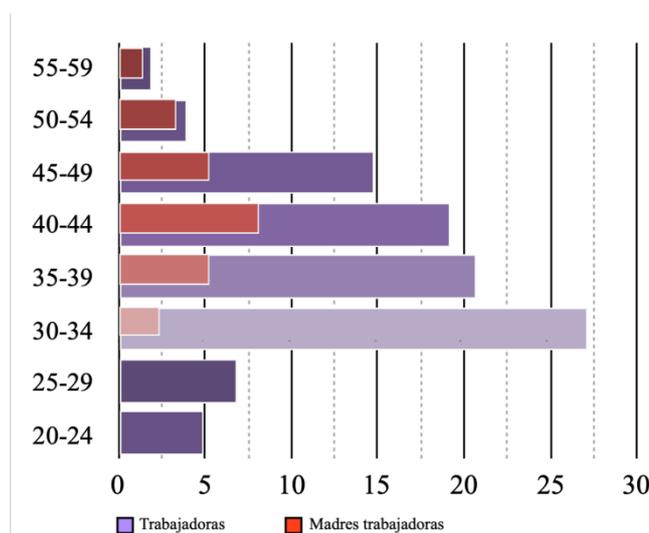
Estado civil de las madres trabajadoras sin ningún tipo de ayuda en el cuidado.

En última instancia y con relación a las tareas de cuidado, del total de madres trabajadoras de la industria musical, más de un 16 % afirma que, además de a hijos o hijas, tienen a su cargo o cuidado a otro familiar o allegado:



Madres trabajadoras con otras personas a su cargo o cuidado.

Sobre la muestra recogida de mujeres, si comparamos al grupo de aquellas que afirman ser madres con las que no, encontramos distintas tendencias según su perfil de edad:



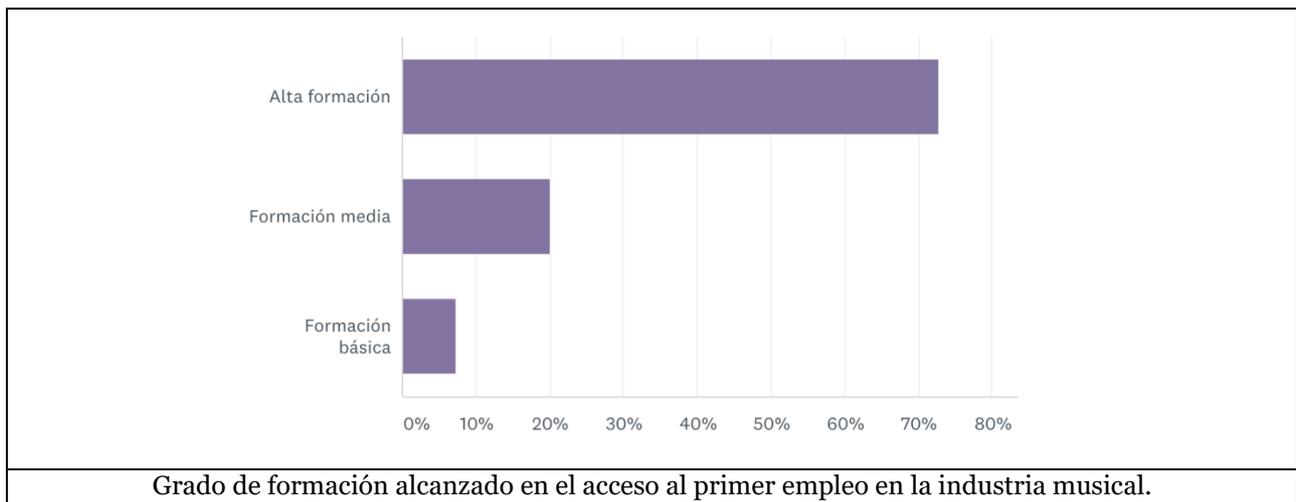
Distribución de edad comparada entre madres trabajadoras y trabajadoras.

En primer lugar, llama la atención que no hayamos encontrado trabajadoras de la industria musical menores de 30 años que sean madres —al igual que ocurre en el caso de la muestra de obtenida en hombres—; independientemente de la valoración ideológica, lo que llama la atención es que también en la industria musical se reproduce la tendencia general de la población española. E igualmente se observa una clara tendencia de aumento de la maternidad conforme aumentan los rangos de edad, hasta el punto de que en los rangos más elevados la proporción entre trabajadoras que son madres y las que no se reduce. Ocurre lo mismo en la muestra de los hombres, con una pequeña diferencia: a pesar de ser una muestra inferior en tamaño, sí hemos encontrado hombres de más de 59 años con hijos e hijas a su cargo o cuidado, aunque son la mitad de los casos de ese rango de edad. Otra diferencia es que, mientras que la categoría modal de mujeres con hijos o hijas a cargo o cuidado se encuentra entre los 40 y los 45 años, en el caso de los hombres la categoría modal se corresponde a la edad comprendida de los 45 y los 49 años.

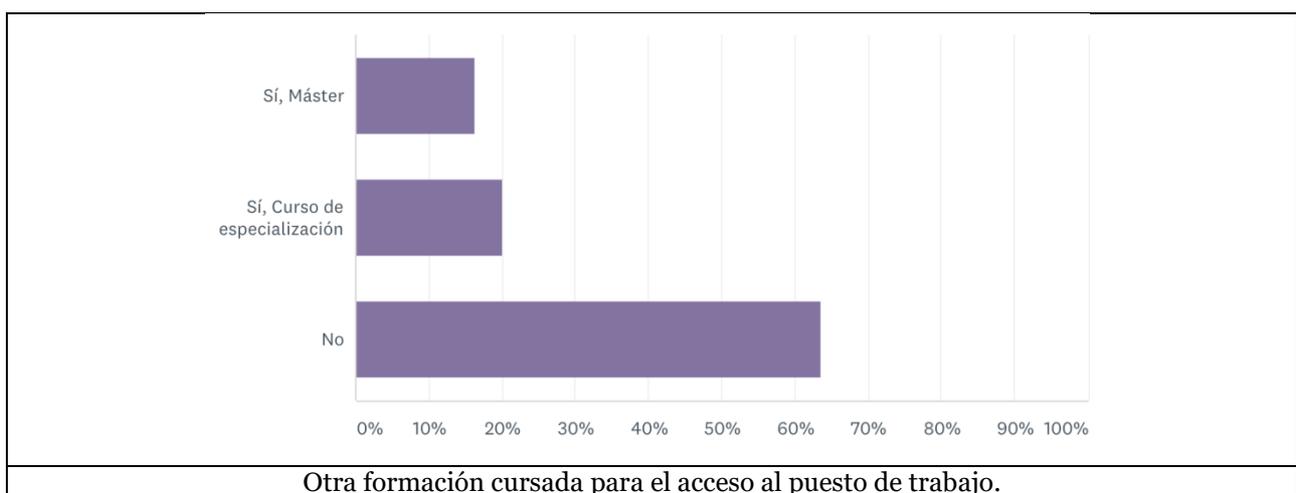
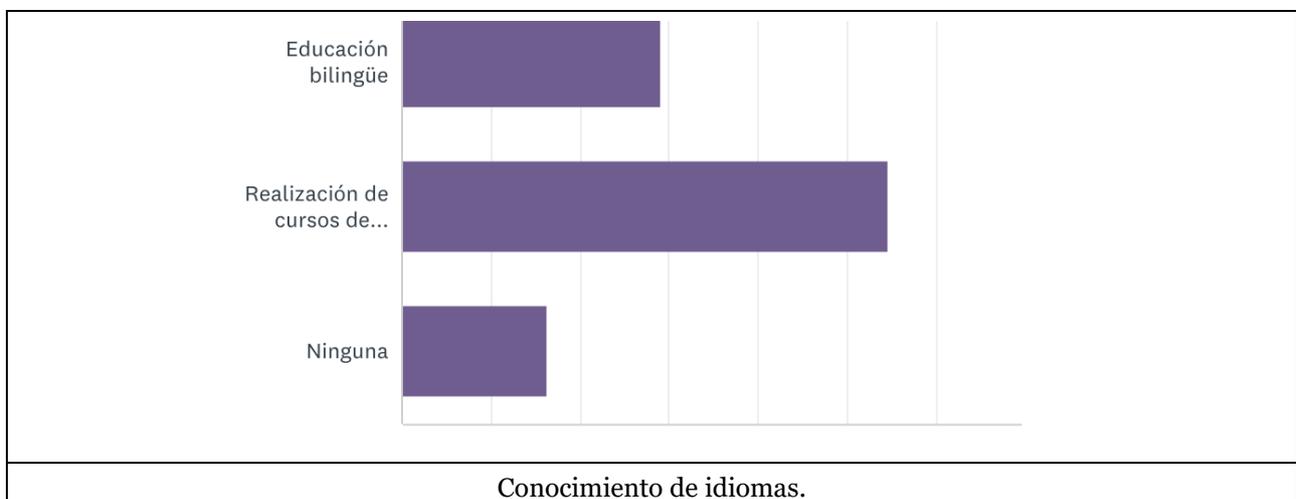
Esta tendencia no solo viene a confirmar los datos sobre maternidad ofrecidos en los últimos años⁶, sino que, en el caso de la industria musical, la tendencia a la reducción de las tasas de fecundidad y al retraso de la maternidad se agravaría.

Si nos atenemos a la cualificación de este grupo de trabajadoras, según nuestra muestra, la mayoría accedió a su primer puesto en la industria musical con formación universitaria o con formación profesional de grado superior:

⁶ Véanse, por ejemplo, las notas de prensa del INE: https://www.ine.es/prensa/ef_2018_d.pdf.

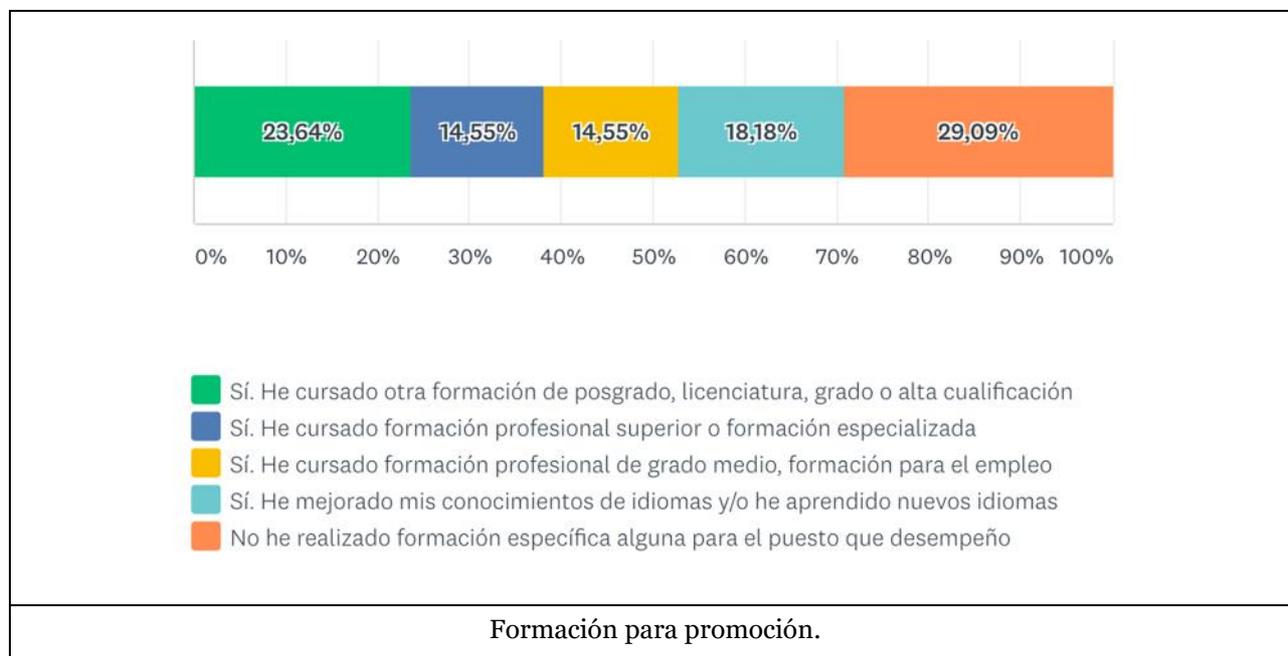


Y también poseían conocimientos de idiomas:



Así mismo, es llamativo que casi un 40 %, además de poseer una titulación previa, hayan cursado algún otro curso, máster o tipo de formación en general para la especialización profesional:

Esta característica, que podríamos denominar como «supercualificación», se confirma cuando preguntamos si durante sus años de trabajo dentro de la industria musical han realizado alguna otra formación para mejorar su posición o promocionarse: el 70 % de las trabajadoras de esta industria que son madres responden afirmativamente:

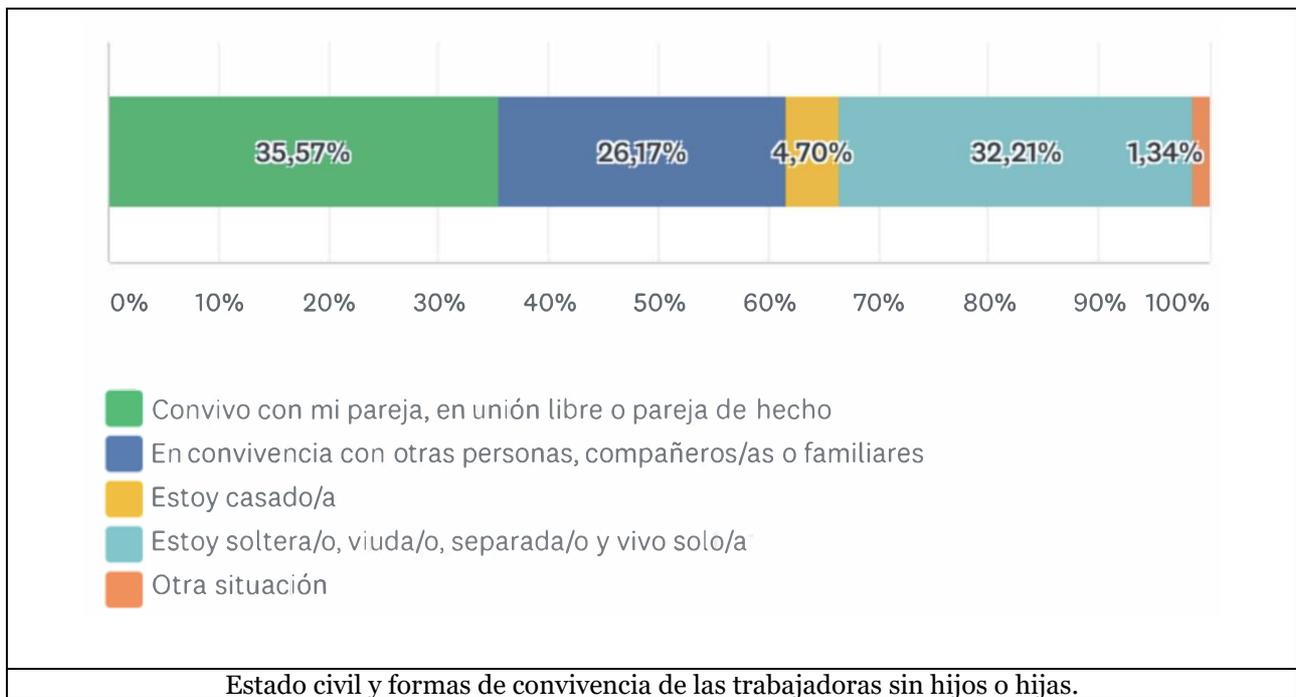


Perfil de trabajadoras sin hijos o hijas a su cargo y cuidado

El 73% de trabajadoras que han indicado que no tiene descendencia se encuentran en la franja de edad que va de los 21 y los 45 años; de hecho, solo el 1% de la muestra declara ser mujer mayor de 45 años y madre. Y se trata de un conjunto que muestra notables diferencias en lo relativo a su estado civil, en comparación con aquellas mujeres que declaran ser madres y trabajadoras.

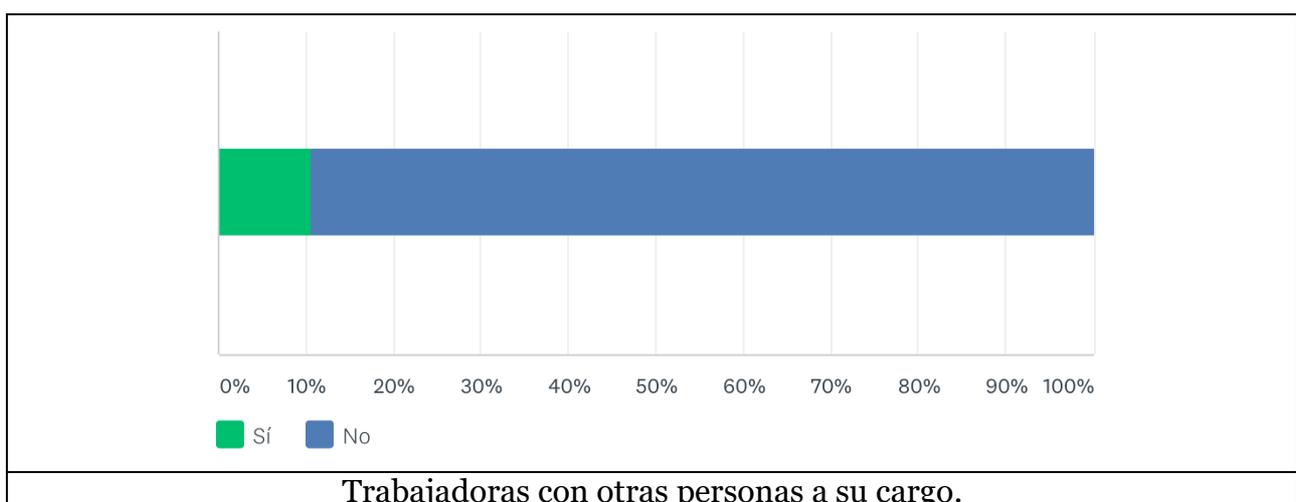
Encontramos de esta manera tres tendencias claras que definen la estructura y el perfil demográfico:

- Muy pocas están casadas y quienes tienen pareja conviven en régimen de pareja hecho o en unión libre mayoritariamente.
- Casi una tercera parte es una mujer en un hogar unipersonal.
- Poco más de una cuarta parte convive con otras personas en un mismo hogar.



Si comparamos esta distribución con la muestra obtenida en hombres, aun siendo de menor tamaño, lo que nos indica es que no hay demasiadas variaciones. Quizás en el caso de ellos se da más la situación de estar casado o en convivencia en pareja de hecho (un 47 % en total), mientras que en el caso de ellas predomina más la situación de convivencia con otras personas o vivir sola o en soltería: un 26,17 % y un 32,21 % respectivamente frente a un 22,7 % y un 29,11 % respectivamente en el caso de ellos.

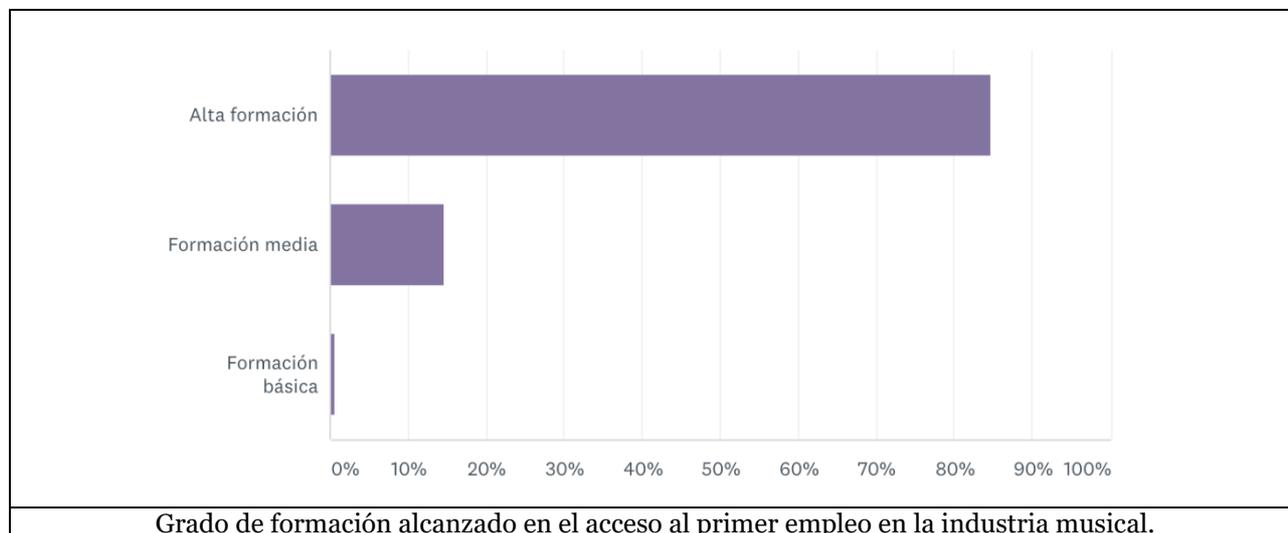
No obstante, de este grupo de trabajadoras de la industria musical, un 10 % nos indica que tiene a alguna otra persona, familiar o allegado, del cual cuidan:



Si nos atenemos a la cuestión de la formación, lo que observamos en la muestra recogida es que, al igual que ocurre con las mujeres trabajadoras de la industria musical, existe una

elevada cualificación tanto antes de acceder al primer empleo dentro de la industria como durante los años trabajados en la misma. Pero existen pequeñas diferencias:

En primer lugar, casi el total de las trabajadoras que no son madres poseían formación superior o media en el momento de su primer empleo en la industria musical:



Es notable que no hayamos encontrado apenas mujeres que, no siendo madres, sean trabajadoras de la industria musical, y no tengan algún tipo de cualificación, algo que no ocurre con los hombres de la muestra, donde hemos encontrado que poco más del 10 % afirmó haber accedido a su primer trabajo en la industria solo con formación básica. En el caso de las otras dos cuestiones planteadas sobre la formación, la distribución es similar a la de las trabajadoras que son madres (los datos de la muestra en hombres son muy similares): el 93 % posee conocimientos de idiomas y más del 90 % ha mejorado su formación para poder promocionar y mejorar profesionalmente y así alcanzar su puesto de trabajo actual.

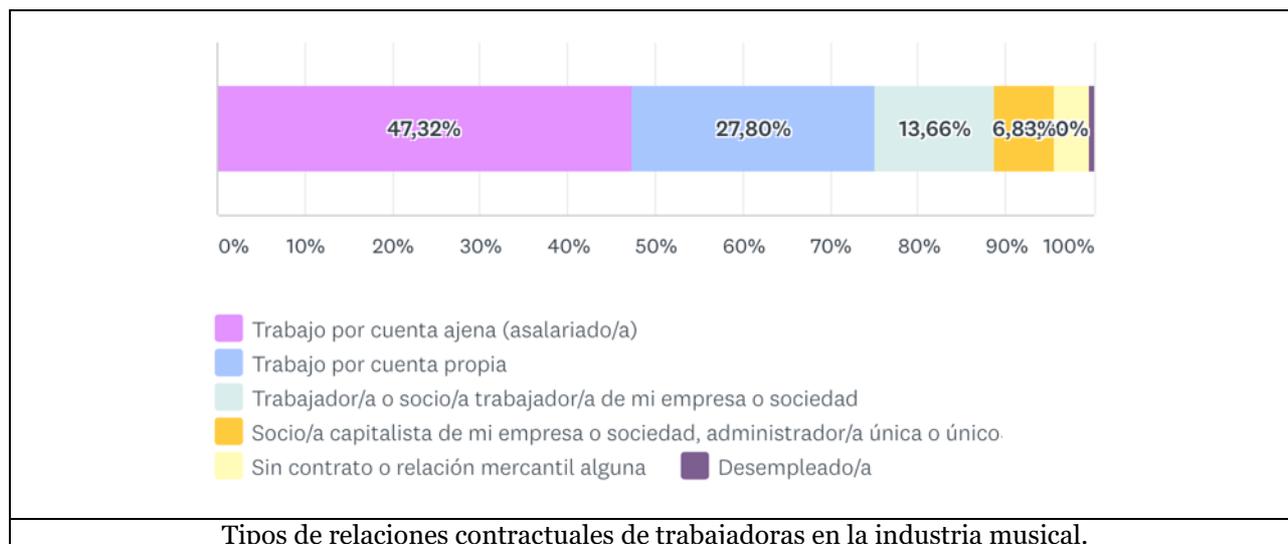
2.2. Perfil laboral

En este apartado expondremos el perfil sociolaboral de la mujer trabajadora de la industria musical, según la muestra obtenida a través de la encuesta.

2.2.1. Actividad, rol y funciones desempeñadas

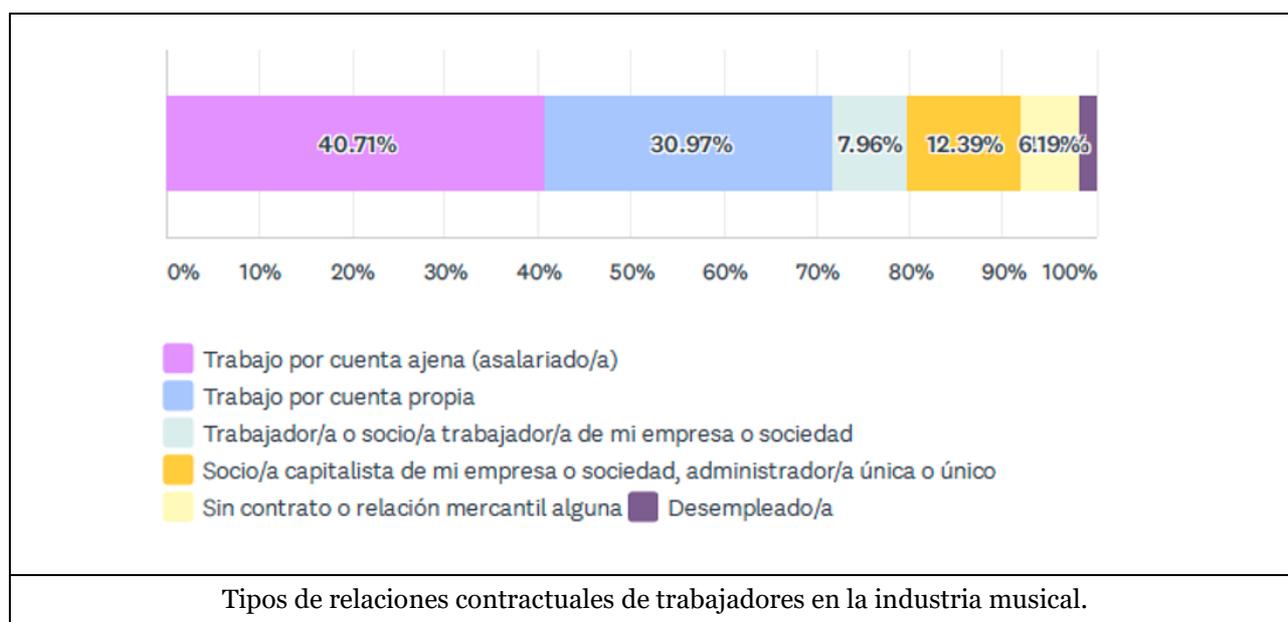
En primer lugar, cabe mencionar que la muestra obtenida representaría a una población desconocida: tal y como comentamos al comienzo, desconocemos cuántas personas hay trabajando bajo el paraguas de la industria musical y cómo se distribuye en los distintos puestos de trabajo y en qué condiciones. Partimos así de la premisa de que esa población desconocida es, cuando menos, diversa en lo relativo a las relaciones contractuales y de

producción dentro de la industria musical. Desde la muestra obtenida sobre las trabajadoras encontramos varias características de esta distribución:



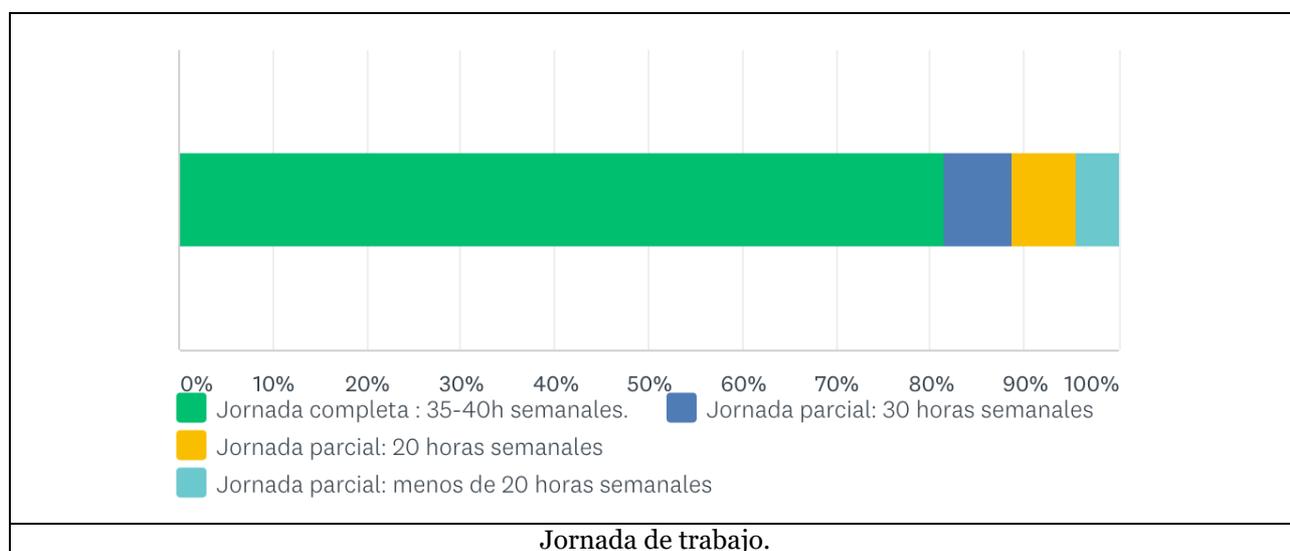
- Predomina el trabajo por cuenta ajena, principalmente bajo contrato, pero con un característico 3.9 % de trabajadoras que afirman no tener relación contractual alguna.
- La mitad de la muestra obtenida afirma ser autónoma/*freelance*, socia trabajadora o socia/administradora dentro de una empresa, por lo que estamos tratando con categorías de trabajo autónomo o empresarias del sector.

Observamos ciertas diferencias en la distribución respecto a la muestra de trabajadores, donde se dan más casos de autónomos y de socios capitalistas o dueños de empresas.

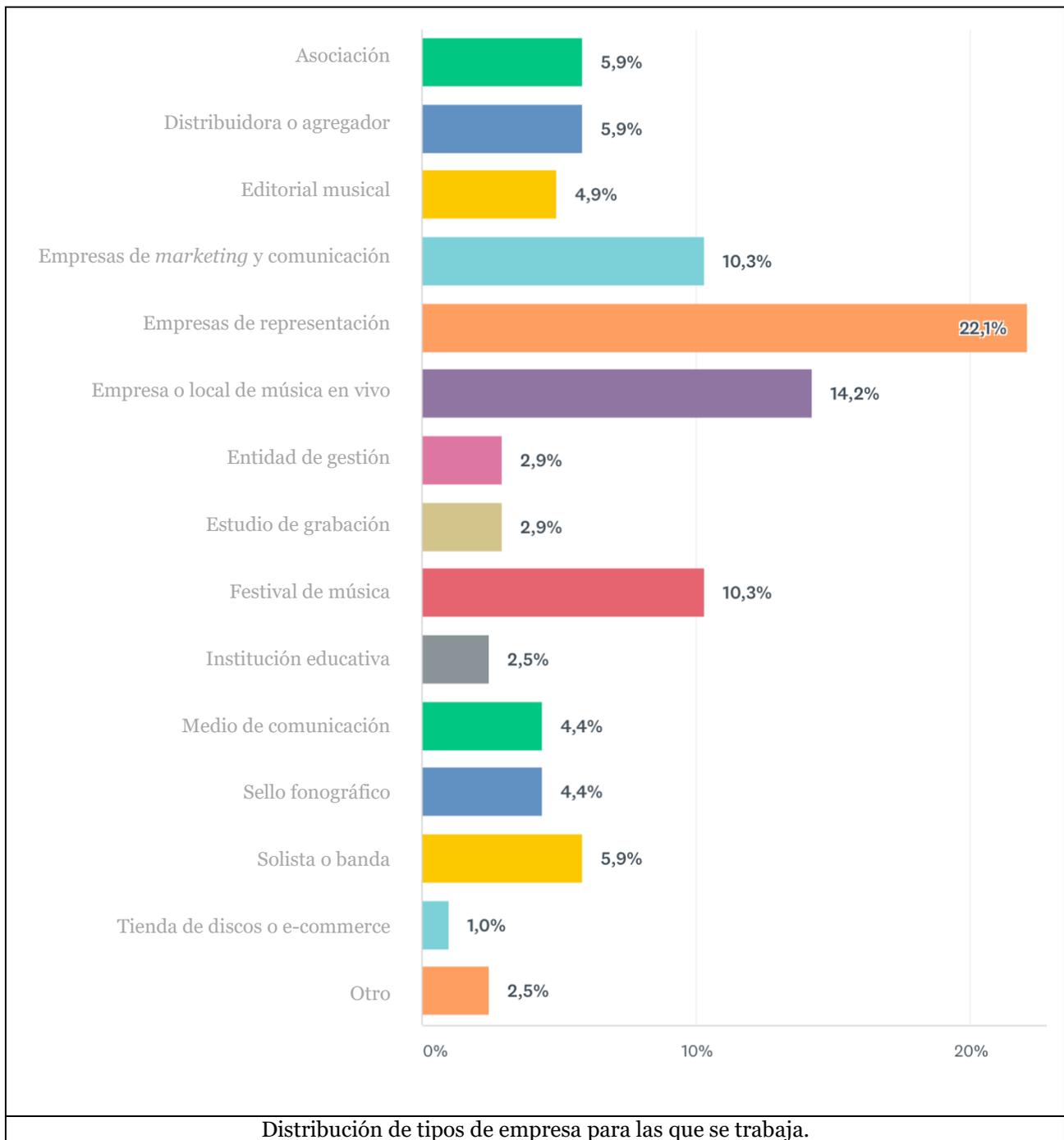


En otro orden de cosas, cabe decir que más de la mitad de la muestra afirma tener un contrato indefinido con su empresa, incluyendo a aquellas trabajadoras que trabajan por cuenta ajena, pero también aquellas otras trabajadoras que son asimismo socias o dueñas de su propia empresa. Otro 20 % afirma tener un contrato mercantil, lo que se corresponde a aquellas trabajadoras que son autónomas o *freelance*, mientras que el resto posee otros tipos contractuales, como un 8 % de trabajadoras temporales o poco más de un 2 % de becarias, o incluso trabajadoras que no tienen ningún tipo de relación contractual.

La mayoría dedican al trabajo la jornada completa, y muy pocas poseen una jornada parcial o reducida:

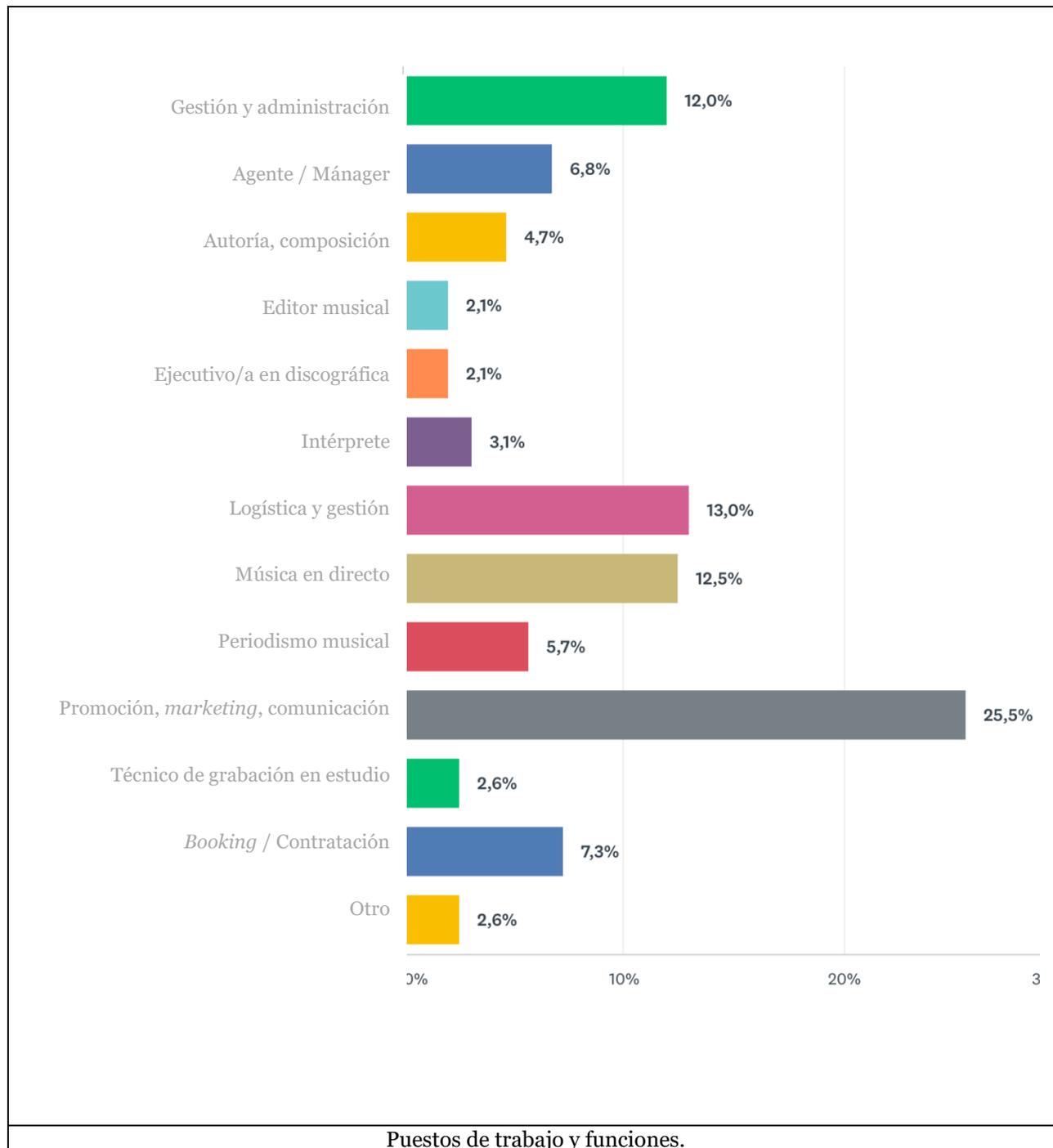


Asimismo, la muestra de trabajadoras obtenida se distribuye en un amplio abanico de empresas y actividades dentro de la industria musical. Cabe mencionar a este respecto que en el caso de las trabajadoras hay una mayor presencia de aquellas que trabajan en los sectores de la representación, el *marketing*, festivales de música y locales o empresas dedicadas a la música en directo, y en menor medida se encuentran los perfiles que trabajen en empresas relacionadas con los aspectos más técnicos de la industria, tales como la distribución digital, editorial, estudios de grabación o producción:



Respecto a esta distribución encontramos diferencias con la obtenida en la muestra de los trabajadores. Si bien priman las empresas de representación y de locales de música en vivo (lo cual nos indicaría cierta sobrerrepresentación de trabajadores y trabajadoras de esos sectores en la encuesta), es mucho mayor la proporción de trabajadores en el sector de la representación (un 29 %), en las empresas o locales de música en vivo (21,3 %), o en las entidades de gestión así como estudios de grabación (3,7 % respectivamente). Mientras que son muy pocos los hombres que trabajan en empresas de editorial musical (1,9 %) o en *marketing* y comunicación (1,9 %).

Por otro lado, si atendemos a los puestos de trabajo y a las funciones desarrolladas en estos, encontramos también características que determinan el perfil de las trabajadoras de la industria musical:

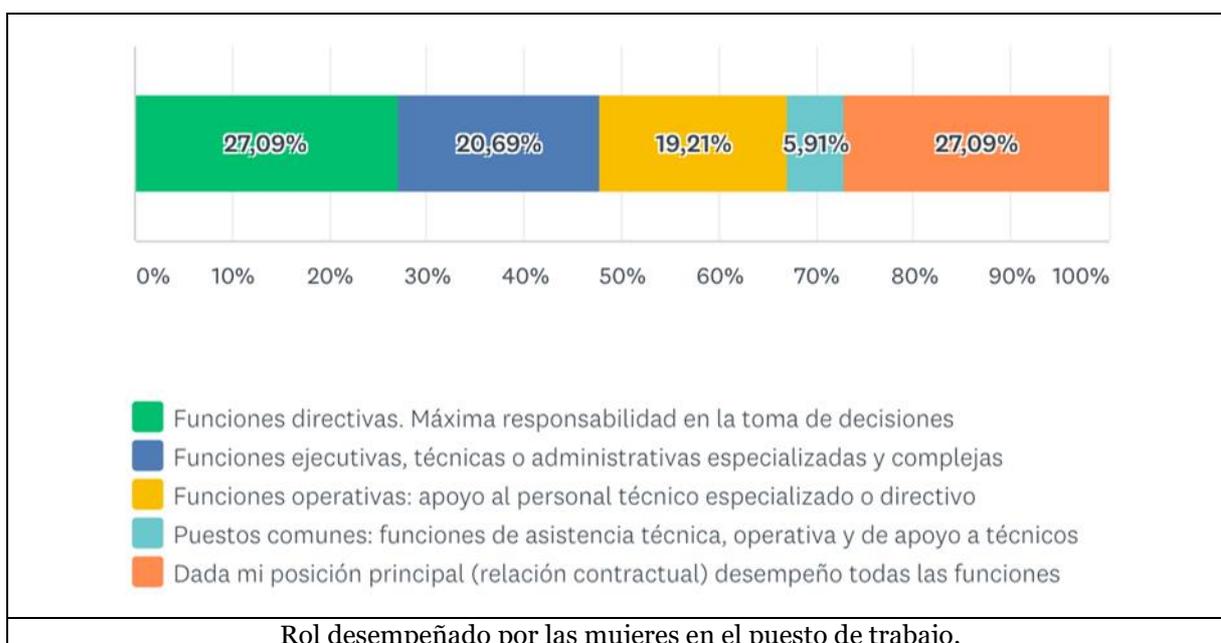


- Como podemos observar, encontramos a muy pocas mujeres que desempeñen labores de producción, mánager o representación, así como ejecutivas y agentes del periodismo en general, aunque son más las trabajadoras que hay en este puesto que hombres (un 2 % de la muestra obtenida en ellos).

- Algo similar ocurre con los perfiles técnicos, donde, en el caso de los técnicos de grabación, solo se ubica un 2,6 % de mujeres de la muestra, mientras que en el caso de los hombres se ubica el 20 % de la muestra; algo similar ocurre en el puesto *booking* y contratación, donde se ubica un 11,58 % de ellos; en el puesto de intérprete musical, que ocupa el 9,4 % de la muestra masculina; y en el caso de ejecutivos en discográficas, un 4,2 % en la muestra masculina.
- Hay una sobrerrepresentación de los perfiles laborales relacionados al *marketing* y las relaciones públicas.
- Los perfiles principales dentro de la muestra de trabajadoras están relacionados con la administración (ellos ocupan solo un 5,26 % de los casos), la logística y la gestión, tanto en salas de música en directo como en festivales.

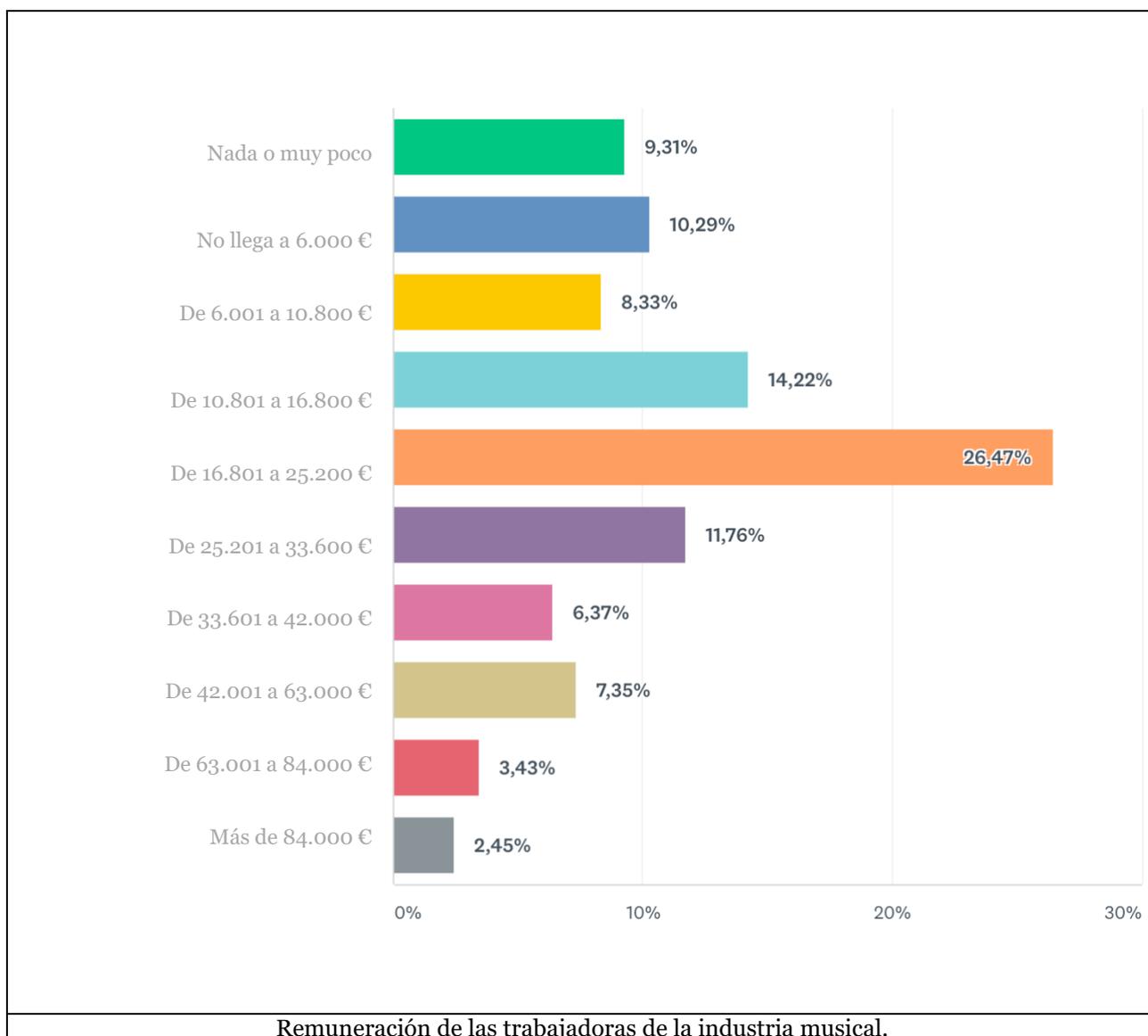
En último lugar, cabe decir que un 57 % afirma que, además de su actividad económica principal en estas empresas, realizan otras labores remuneradas dentro de la industria musical.

Descubrir los roles desempeñados conlleva un importante elemento de percepción, dado que, en muchos casos, la toma de decisiones tiene que ver más con la forma y desarrollo de las relaciones dentro del entorno y la situación laboral, así como con la posición subjetiva alcanzada, que con las funciones reales para las que se contrató a una persona en un primer momento. Al preguntar por los roles desempeñados observamos también un abanico interesante que se corresponde con los datos obtenidos en el tipo de relación contractual.



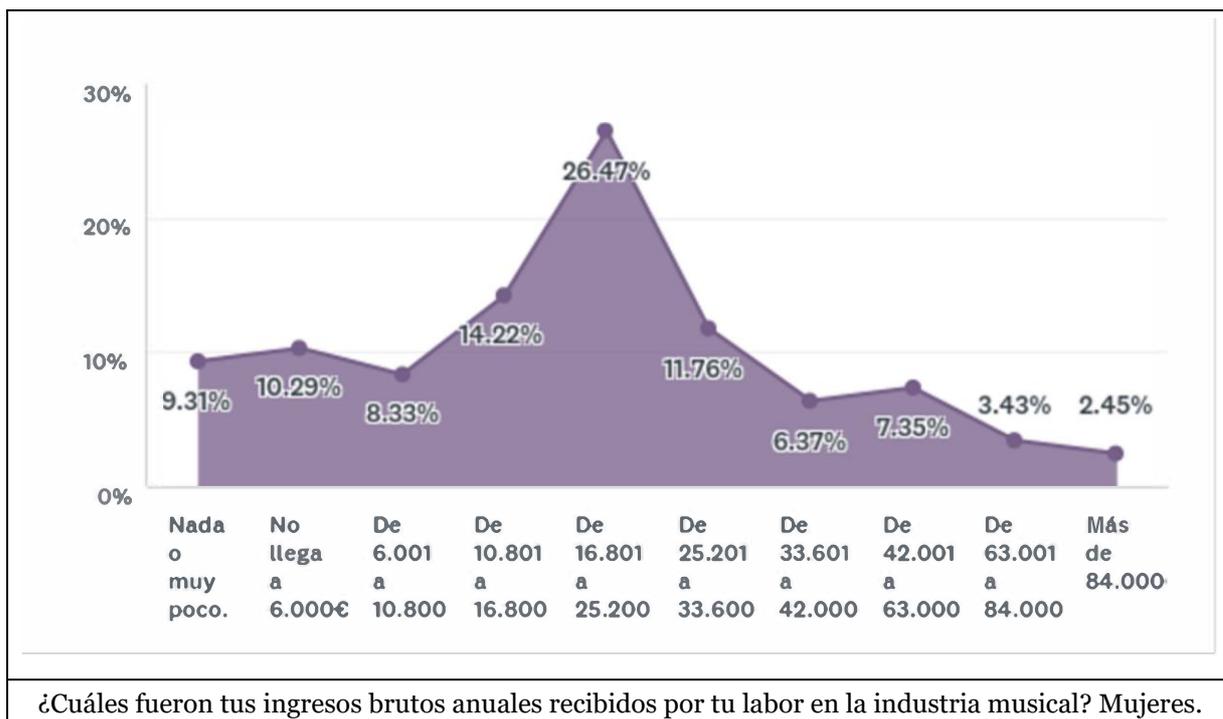
- En primer lugar, un amplio abanico de mujeres de la muestra afirma desempeñar roles de alta funcionalidad y de mando directivo.
- Hay muy pocas mujeres que afirmen realizar tareas de puestos comunes, de naturaleza de apoyo a personal más cualificado.
- Hay un notable grupo de personas que realiza todo tipo de actividades, lo cual se corresponde con la situación de aquellas trabajadoras que afirmaban ser autónomas o *freelance*.

En lo relativo a la remuneración, sí que encontramos notables diferencias, sobre todo si lo comparamos con los datos generales del país⁷:

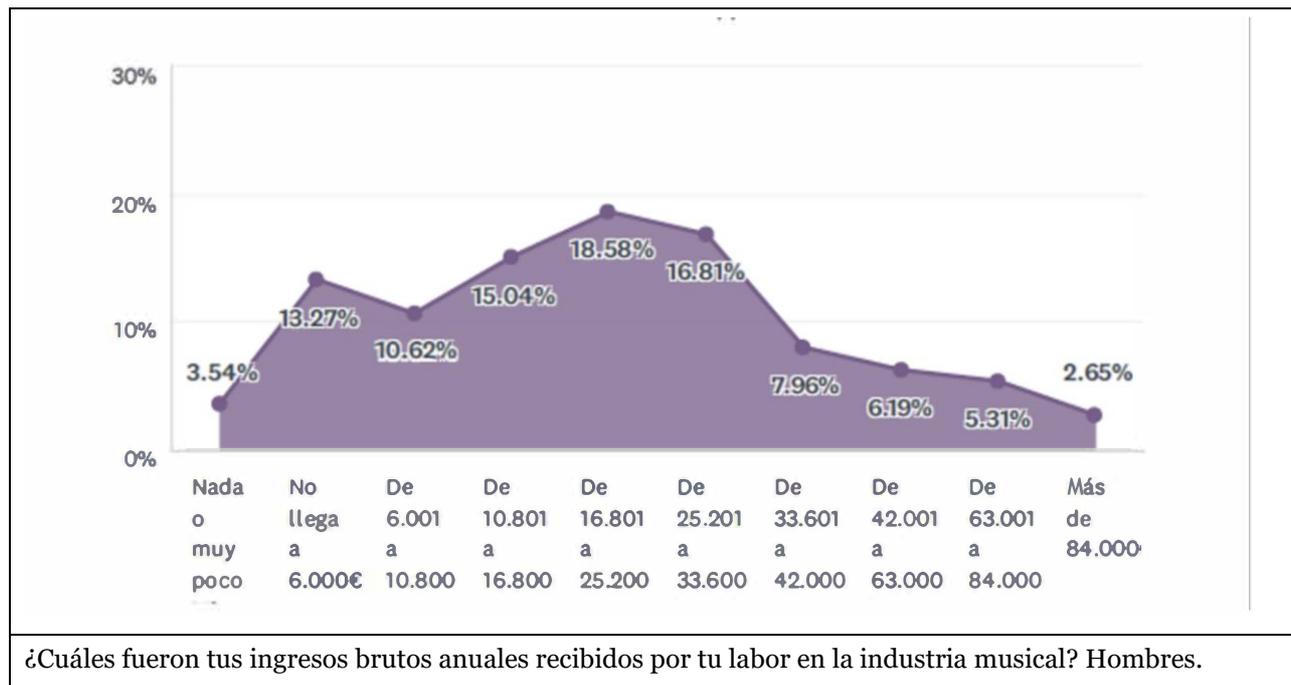


⁷ https://www.ine.es/prensa/ees_2017.pdf.

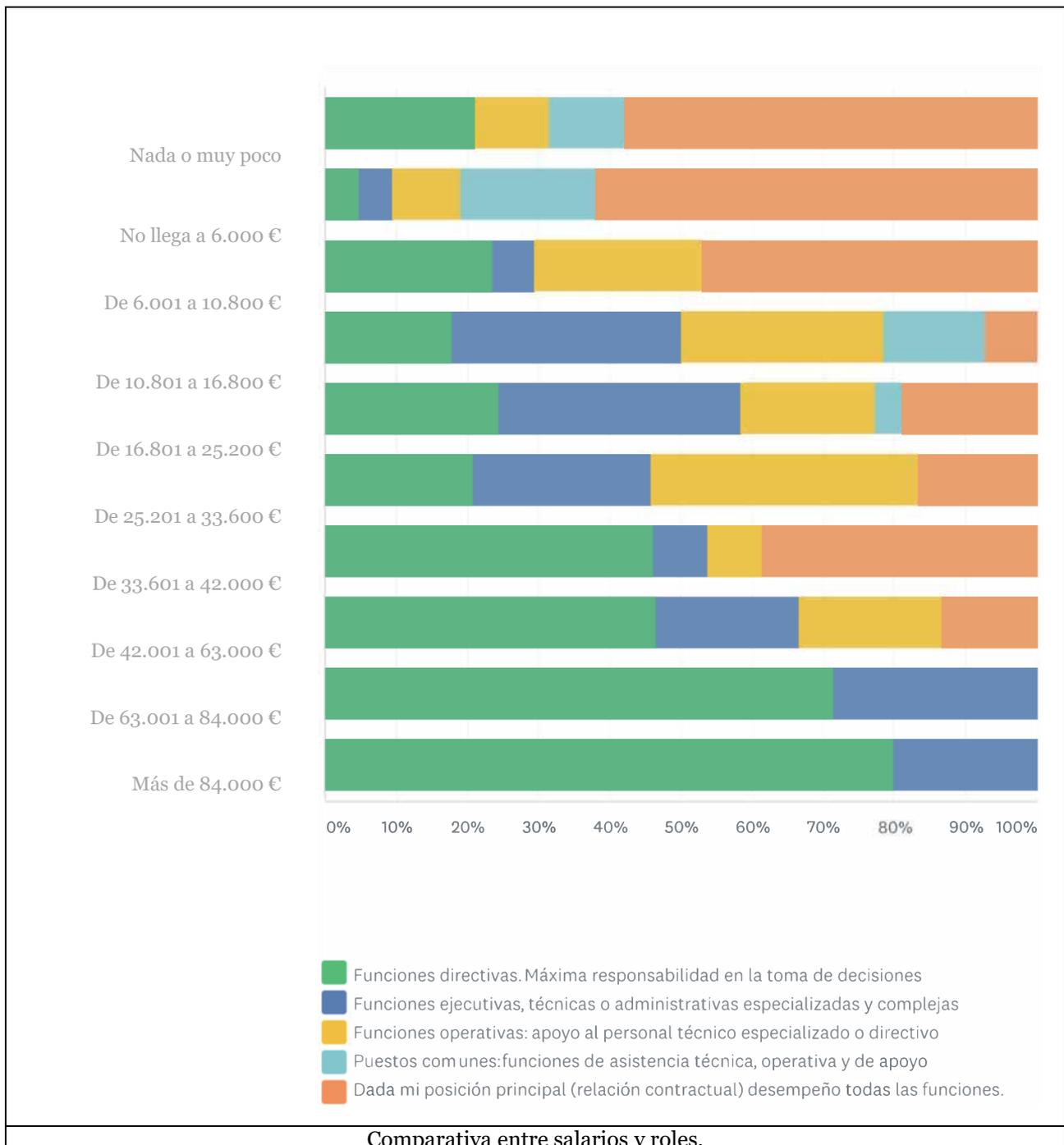
- Casi el 70 % de la muestra obtenida cobra menos del salario medio español masculino, es decir, se sitúan entre la primera y la quinta categoría. El salario medio masculino en 2017 en España fue de 26.391,84 euros y para las mujeres de 20.607,85 euros.
- La evidencia nos indica que la categoría salarial más habitual de la muestra de la industria musical es la quinta: quienes cobran entre 16.800 € y 25.200 €, al igual que la media nacional de las trabajadoras.
- Al calcular la media de los casos presentados, observamos que esta se sitúa en la cuarta categoría, es decir, se gana como media entre los 10.800 € y los 16.800 €, pero esta queda muy cerca de la siguiente categoría. No obstante, nos permite afirmar que el salario medio de la mujer en la industria musical está al mismo nivel que el salario medio femenino en el mercado laboral y, por tanto, muy por debajo de la media salarial nacional común entre hombres y mujeres. Que la media se encuentre por debajo de la categoría modal se debe, sobre todo, al peso que la primera categoría salarial tiene en la distribución de las trabajadoras, que es de más de un 9 %, como se puede observar mejor en el siguiente gráfico.



Los datos de esta distribución muestran notables diferencias respecto a la muestra obtenida en hombres, siempre teniendo presente que esta muestra es la mitad de pequeña que la obtenida en trabajadoras de la industria. En el caso de los trabajadores, observamos que, a partir de la categoría salarial de 25.201 € hay proporcionalmente más casos que en la distribución de las trabajadoras. Así como también es reseñable que haya proporcionalmente más casos de trabajadoras en la categoría de nada o muy poca remuneración que trabajadores.



En último lugar, podemos observar una característica interesante de la situación de las trabajadoras de la industria musical en la muestra resultante, al cruzar los datos obtenidos en las categorías salariales y las respuestas obtenidas al preguntar por los roles desempeñados (véase el siguiente gráfico):



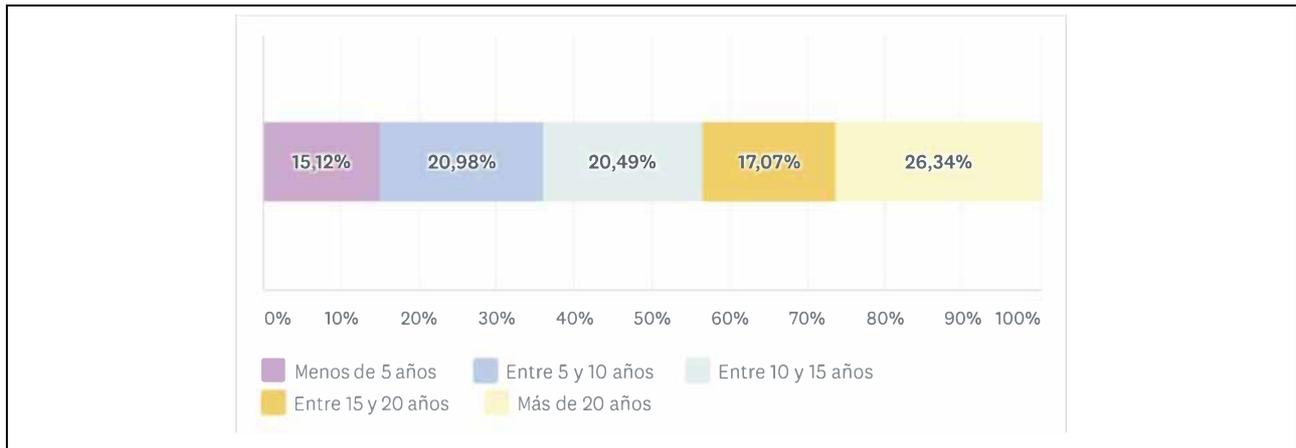
Observamos varios fenómenos:

- Esa distribución de roles que coincide con la de autónomas o *freelance* se sucede, sobre todo, en las categorías salariales más bajas.
- En las categorías salariales centrales (media, mediana y moda), se distribuyen los cinco tipos de roles. Llama la atención que el rol mayoritario en la categoría salarial que se sitúa por encima de la media sea el de funciones operativas, mientras que en las categorías inferiores predomine el rol ejecutivo técnico o más especializado.

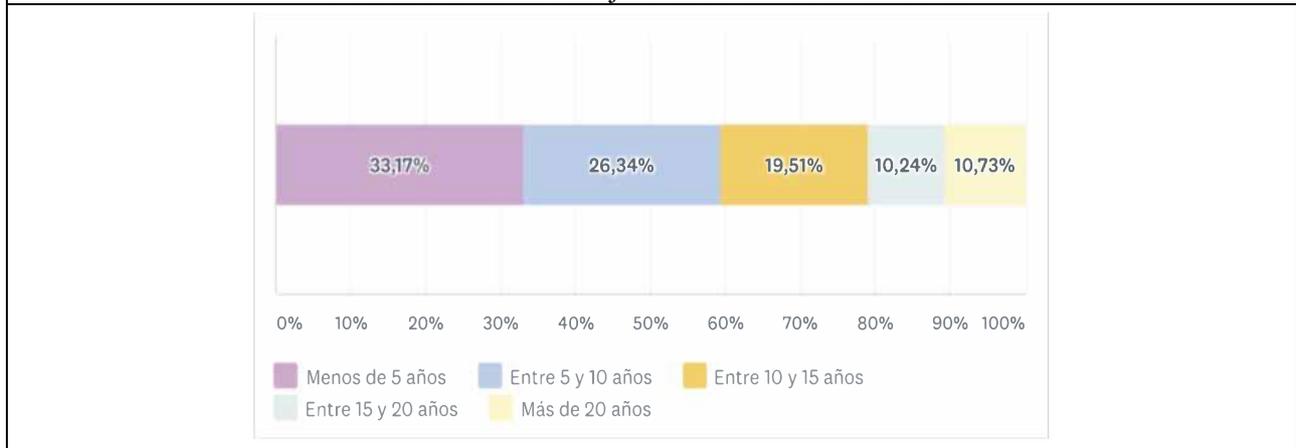
- Las dos categorías salariales más altas las copan funciones altamente especializadas y de máxima responsabilidad.

2.2.2. Trayectorias: movilidad e ingresos

En términos generales, la trabajadora de la industria musical es una mujer que mayoritariamente posee una vida laboral de 15 años o menos (un 56 % de la muestra), pero sobre todo una trayectoria laboral de 15 años o menos dentro de la industria musical (79 %):

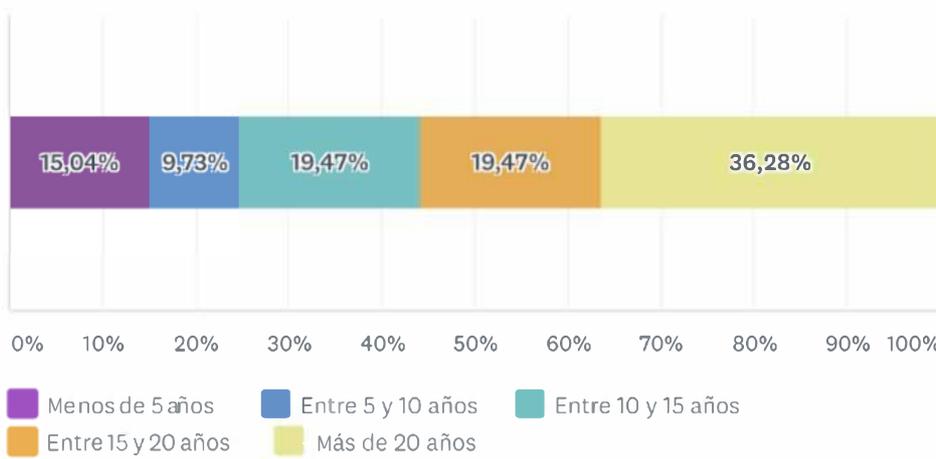


Vida laboral de las trabajadoras de la industria musical.

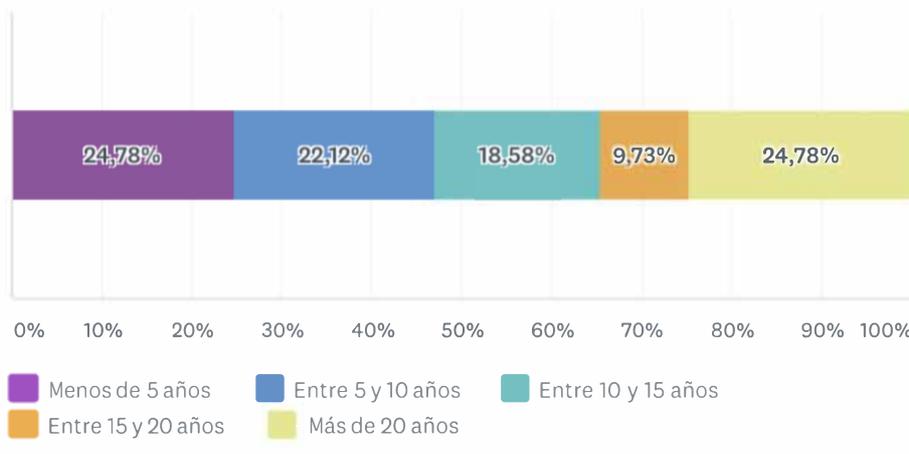


Trayectoria laboral de las trabajadoras dentro de la industria musical.

Esta tendencia de la distribución obtenida en la muestra de las trabajadoras difiere notablemente de la distribución de la muestra de los hombres, donde hay una mayor proporción de trabajadores cuya vida laboral es de más de 15 años tanto dentro como fuera de la industria musical:

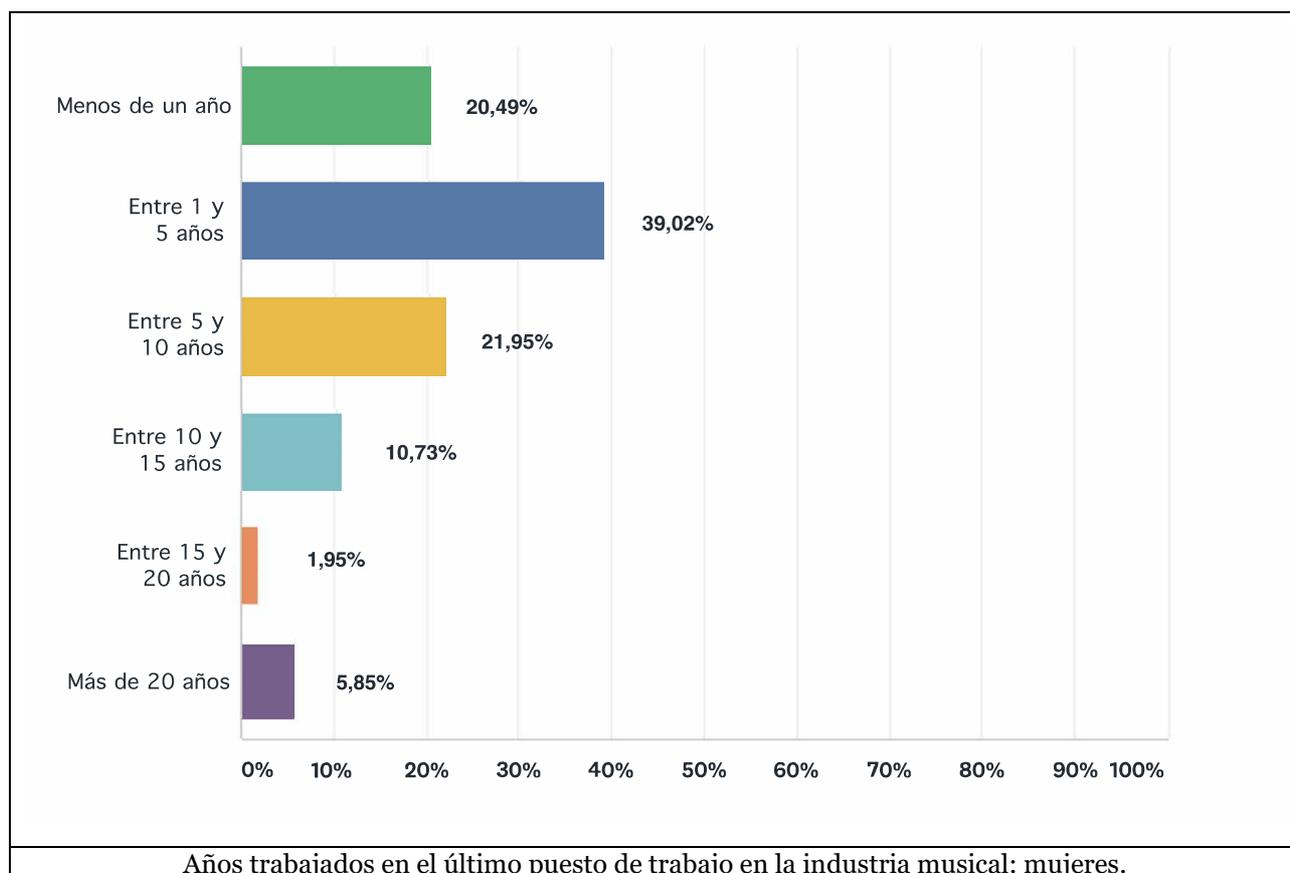


Vida laboral de los trabajadores de la industria musical.



Trayectoria laboral de los trabajadores dentro de la industria musical.

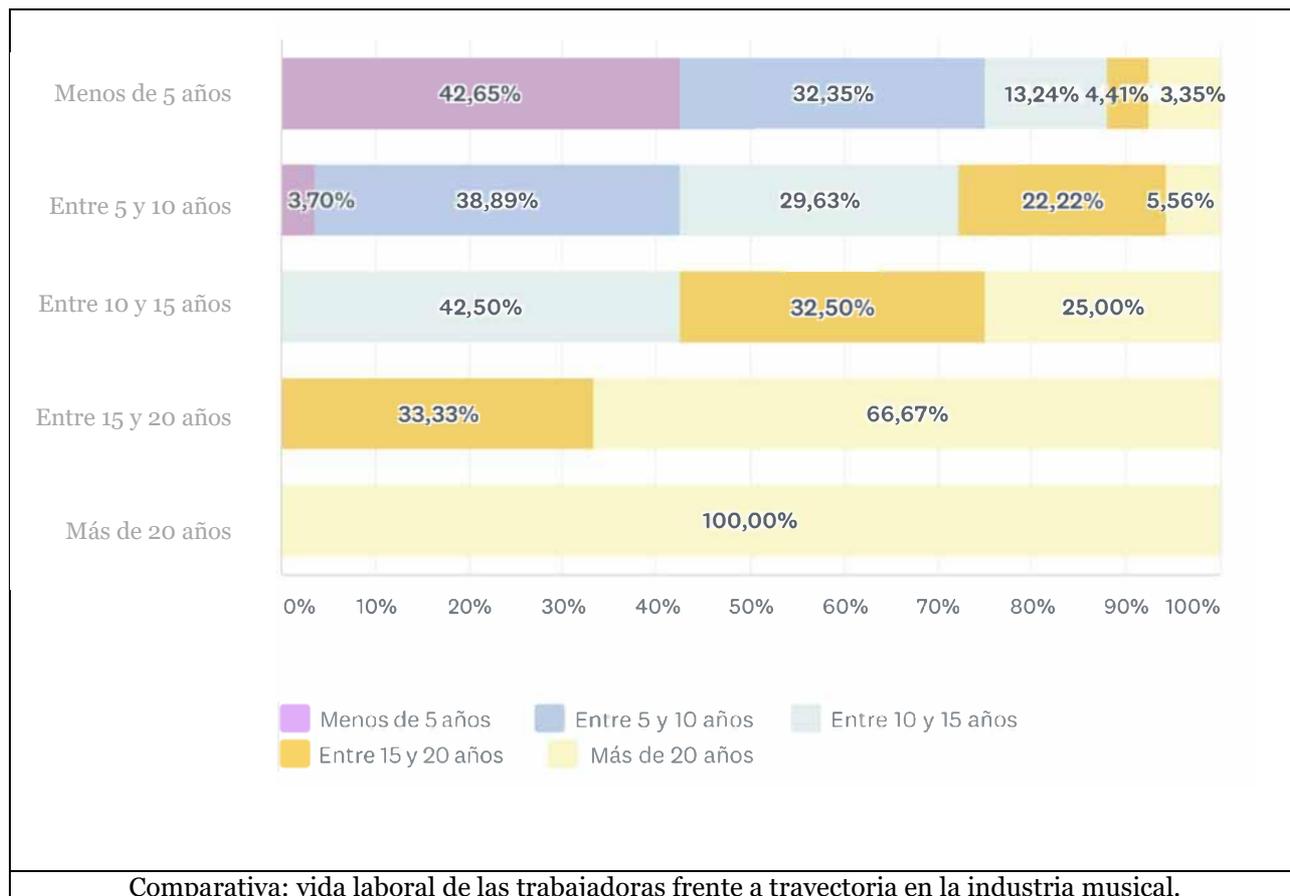
Esto nos indica que, en términos generales, y como también ha ocurrido históricamente en el mundo laboral, la entrada de la mujer ha sido tardía. En el caso de la industria musical, se observa claramente que hay un mayor número de mujeres que han accedido en los últimos 15 años a puestos de trabajo dentro de la industria musical —ateniéndonos a los datos que nos ofrece la muestra en lo relativo a la distribución de edad— que en el caso de la muestra en hombres. Pero, además de corroborar esta idea de que el grueso de la entrada de la mujer en la industria musical es relativamente reciente, observamos también otro factor importante a este respecto: el tiempo que se lleva trabajando en el mismo puesto de trabajo:



Podemos corroborar de esta forma no solo la entrada tardía de la mujer en la industria musical, dado que cerca del 80 % lleva menos de 15 años trabajando en este sector y pocas trabajadoras (menos del 20 %) mantienen una trayectoria continuada en el mismo puesto. Algo que también ocurre con los trabajadores, pero en menor proporción, ya que casi el 30 % lleva trabajando más de 10 años en el mismo puesto y función.

No obstante, si realizamos una comparación entre esta trayectoria en la industria con los años trabajados en el último puesto, podemos observar la existencia de una brecha de trabajadoras en todas las categorías. Un margen de diferencia que nos vendría a mostrar, a

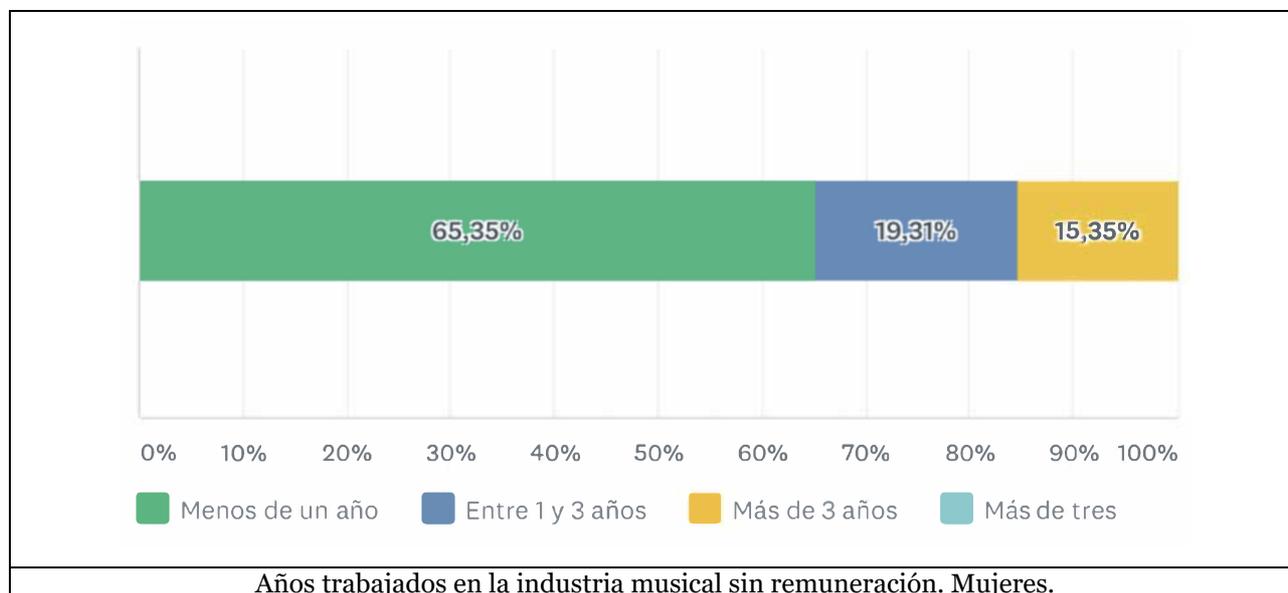
priori, que hay un grado de movilidad notable entre puestos de trabajo dentro de la industria musical, lo que tal vez incide en que sean muy pocas las mujeres que hacen largas trayectorias (más de 15 años) dentro de un mismo puesto de trabajo. Aun con todo ello, debemos entender que esta movilidad no tiene por qué ser ascendente, sino que puede ser horizontal, es decir, que tenga que ver con la temporalidad y con las propias transformaciones de las empresas dentro de la misma industria: ya sea a causa de la última crisis económica o por las propias transformaciones del sector. Analicemos un poco más esta situación:



En el gráfico superior observamos en las barras porcentualmente las respuestas de las mujeres a la cuestión de cuántos años llevan trabajando en la industria musical, mientras que las distintas categorías que se observan dentro de las barras se corresponden a los años de vida laboral. De este modo se da cuenta de que, de las trabajadoras que llevan cinco años o menos trabajando en la industria musical, el 42 % tiene una vida laboral de similar tiempo —5 años o menos, color fucsia—, luego podemos afirmar que se trata, en esta categoría, de mujeres que han accedido a la industria musical como primer empleo, mientras que el resto de mujeres de esa categoría de 5 años o menos trabajando en la misma poseen una vida laboral mayor que su trayectoria en la industria. Esto nos indicaría que estaríamos ante dos

tipos de casos: o trayectorias interrumpidas, en tanto que serían trabajadoras que en algún momento de su vida dejaron la industria para incorporarse a otros sectores; o trabajadoras que se incorporan a la industria musical desde otros sectores.

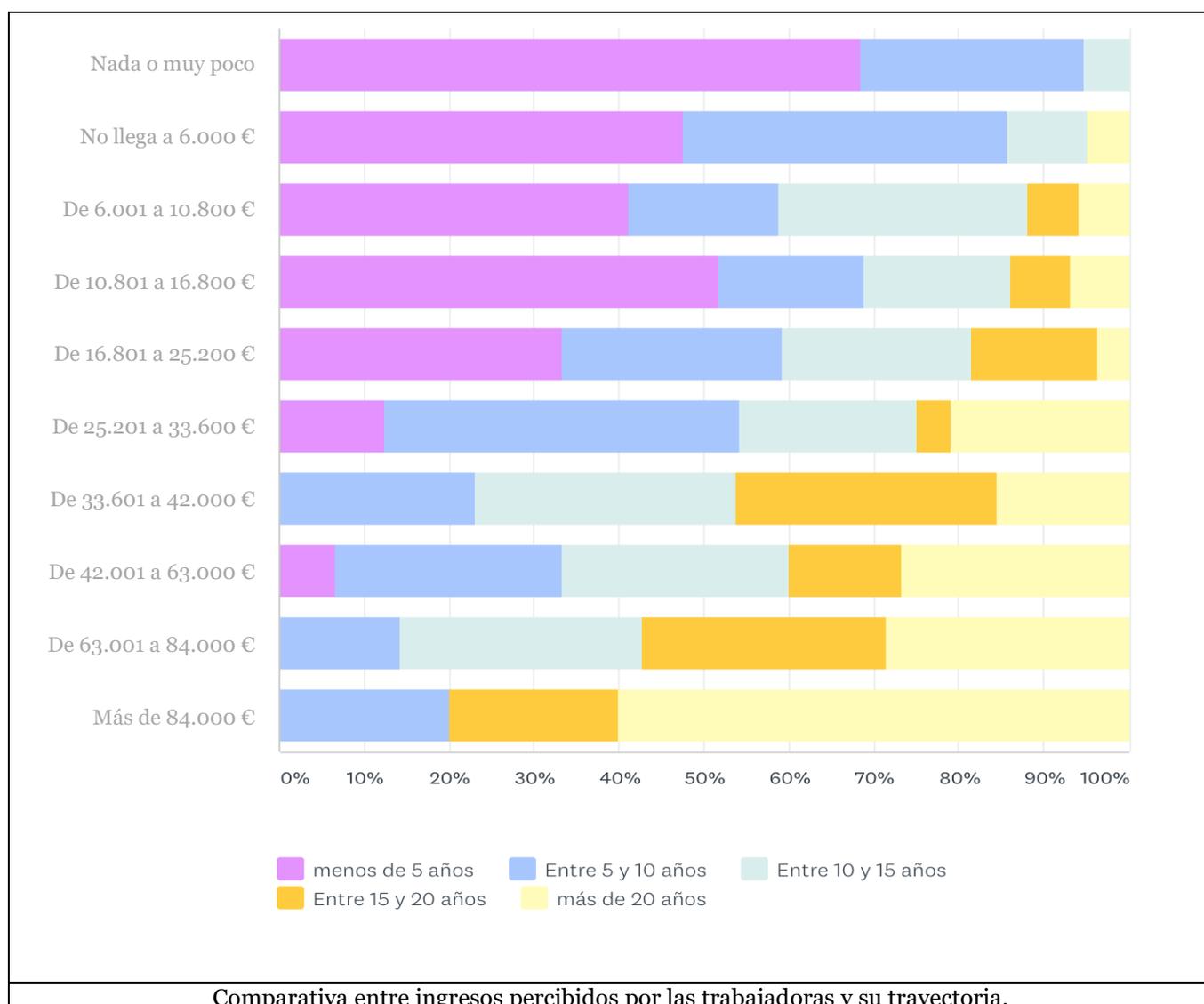
Respecto a la segunda categoría, la de trabajadoras que llevan trabajando entre 5 y 10 años dentro de la industria musical, observamos que esa tendencia aumenta. Primero al observar que la coincidencia entre categorías de tiempo dentro de ambas cuestiones cruzadas se reduce a un 38 % en comparación con el 42 % de la anterior; medida que si tomamos como referencia, lo que nos muestra es que, de alguna forma y dada la muestra obtenida, en esta categoría temporal de los 5 y 10 años trabajando en la industria, habría menos mujeres que han mantenido una trayectoria o carrera profesional dentro de la misma desde que accedieron al mercado laboral por vez primera. Por otro lado, se observa un 3 % de mujeres que, si bien afirman llevar entre 5 y 10 años trabajados dentro de la industria musical, poseen una vida laboral menor de 5 años. Ello se debe a que hay un elevado porcentaje de mujeres que nos indicaron que estuvieron trabajando en esta menos de un año sin ningún tipo de contrato o remuneración (65 %), y un porcentaje menor, pero elevado (35 %), que afirmó haber estado entre uno y tres años trabajando sin remuneración o contrato dentro de la misma. Este fenómeno nos describe, en parte, la precariedad con la que se comienza a trabajar en la industria musical:



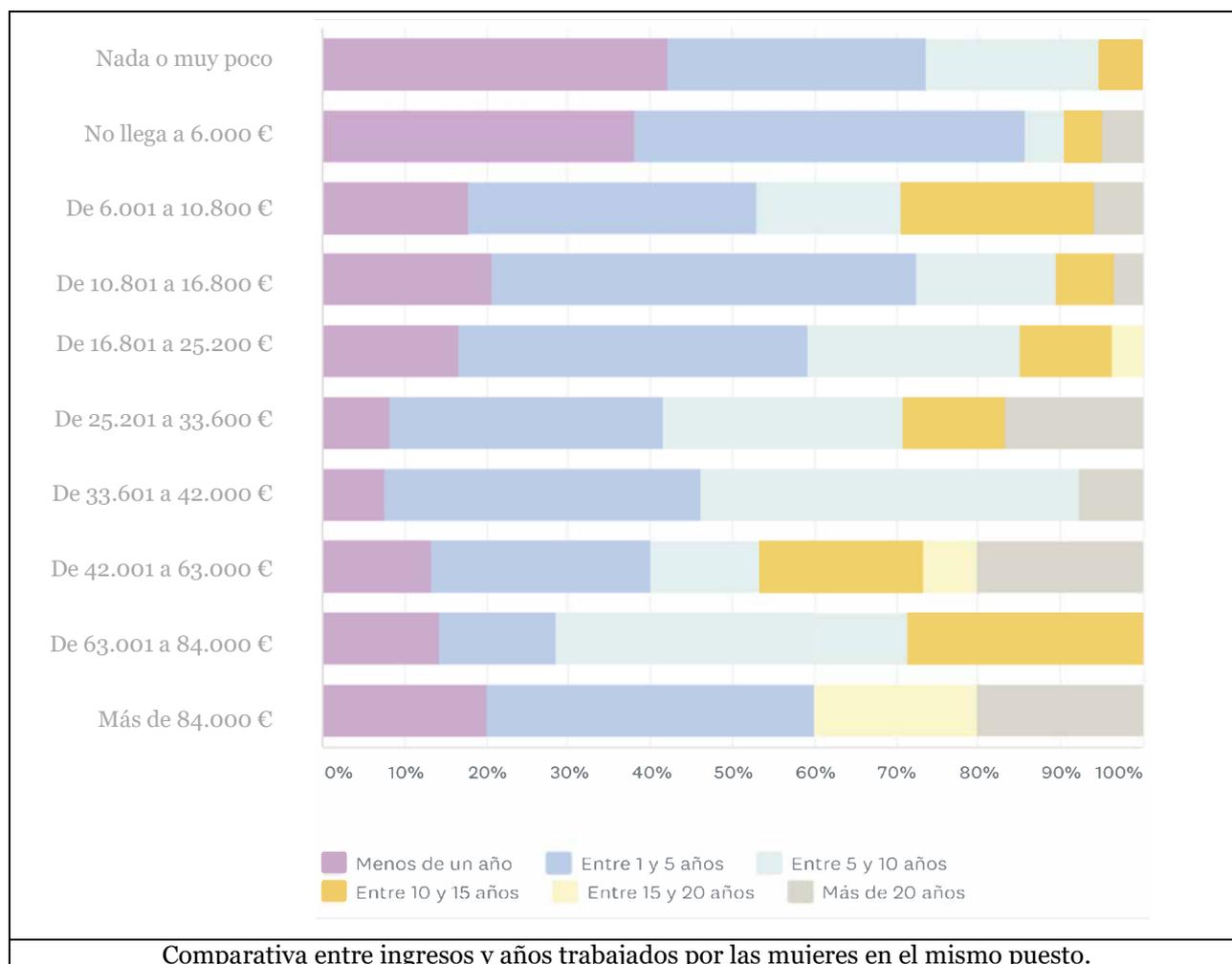
Continuando con la comparativa entre trayectoria profesional y vida laboral, observamos en tercer lugar cómo a partir de la tercera categoría de tiempo (entre 10 y 15 años) comienza a haber una mayor correspondencia y a trazarse así los perfiles de mayor temporalidad y trayectoria en la industria musical, hasta llegar a la última categoría, la cual se corresponde

con el 100 % de las trabajadoras que han respondido a la encuesta y cuyo rango de edad se encuentra entre las nacidas en 1972 y 1967, frente al rango de edad de la primera categoría que está compuesto por las nacidas entre 1985 y 1995. Al no disponer de datos históricos, es imposible saber cuántas trabajadoras renuncian a su carrera dentro de la industria musical desde que comienzan a trabajar aquí, pero sin duda los datos nos muestran que hacer carrera es, cuando menos, complicado.

Dos datos más nos describen la precariedad con la que se inicia la mujer dentro de la industria musical. En primer lugar, si cruzamos los datos de los ingresos actuales obtenidos de la muestra con la vida laboral de las trabajadoras, observamos que la experiencia laboral es significativamente importante para estar obteniendo unos ingresos más o menos elevados, aunque no sería condición última para ello —una distribución que es similar a la de la muestra masculina—:



Igualmente, la trayectoria laboral dentro de la industria tampoco sería una condición última para, a la postre, obtener mayores ingresos.



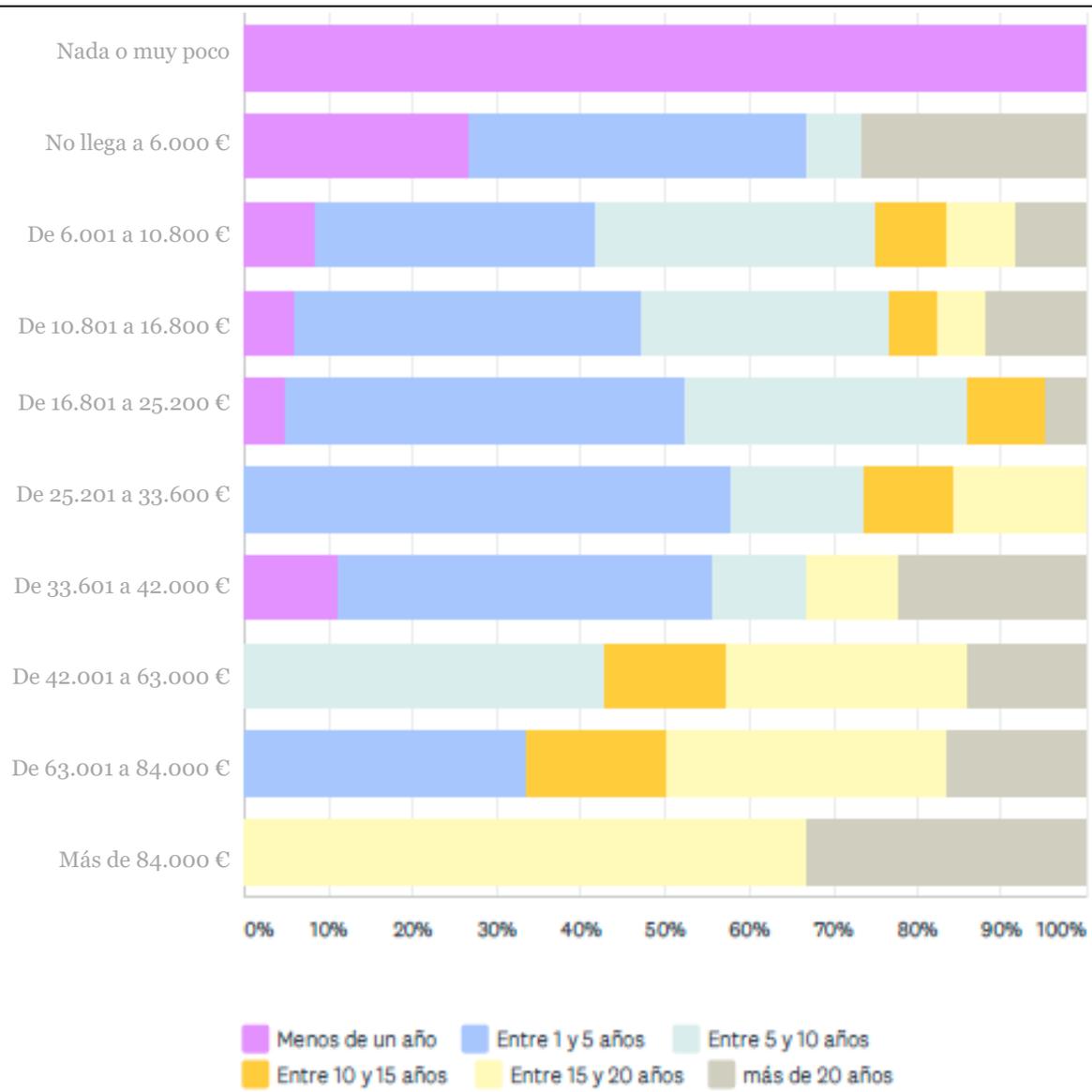
Aunque estos datos podrían ser más significativos, lo que nos permitiría la comparación con la muestra en trabajadores, ya que en la distribución de ellos no encontramos ningún caso de ingresos de más de 84.000 € que no se corresponda con trabajadores de más de 20 años de experiencia.

De este modo, observamos que son pocas las mujeres que, trabajando menos de 5 años en la industria musical, en la actualidad obtengan una retribución mayor a la del salario medio. Por el contrario, una trayectoria de más de 15 años tampoco aseguraría alcanzar esas categorías salariales medias y altas, donde la distribución masculina es muy similar, excepto en la categoría de ingresos más elevada, tal y como se ha indicado.

Un último dato a este respecto de las trayectorias profesionales dentro de la industria musical lo podemos observar con el cruce entre las categorías salariales y los años trabajados en el mismo puesto de trabajo:

Si nos atenemos a los datos antes mostrados que nos indican que el 70 % de la muestra se sitúa por debajo de la categoría salarial media (de 25.000 € para abajo), lo que podemos observar con este cruce es que la noción de una «movilidad ascendente» dentro de la industria musical —es decir, el aumento de ingresos en relación con un cambio en el puesto de trabajo— es baja. Si pocas son las trabajadoras que alcanzan los rangos de ingresos más altos, estos están compuestos, principalmente, por mujeres que llevan trabajando más de 5 años en su puesto. Aunque también se observa que hay bastantes casos de mujeres con una amplia trayectoria en el mismo puesto y categoría de ingresos, aun cuando esta sea baja. En este sentido, podemos afirmar que la movilidad ascendente en la industria musical, en términos salariales y de ingresos, parece ser baja en el caso de las mujeres.

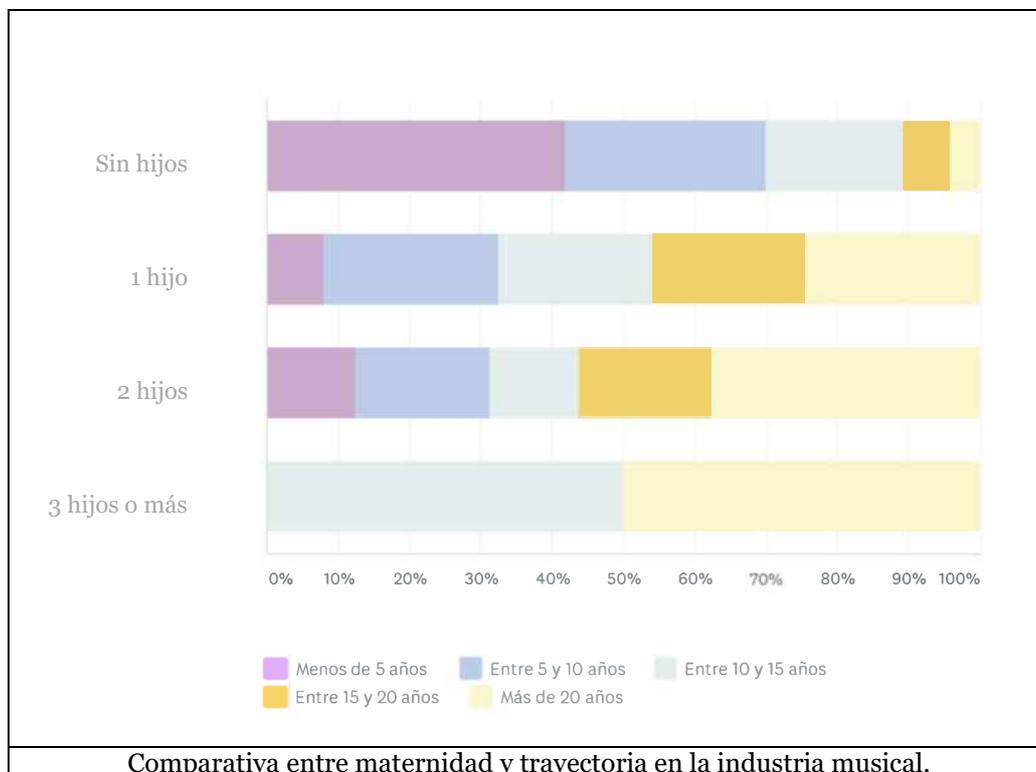
En el caso de la muestra obtenida de hombres la distribución tiene variaciones distintivas. Entre otras cosas observamos que, a diferencia del caso de las trabajadoras, apenas hay trabajadores con un nivel de ingresos nulo o escaso que lleven trabajando en el mismo puesto más de un año. Dicho de otra forma, la muestra nos enseña que hay más mujeres que aguantan trabajando en el mismo puesto de trabajo con ese nivel de ingresos por el desempeño de sus funciones. También, a diferencia de la muestra de trabajadoras, se observa que la categoría de ingresos superior está copada por trabajadores que llevan más de 15 años en el mismo puesto, lo que nos hace indicar por otro lado, y tal y como se puede observar en el siguiente gráfico, que la movilidad ascendente masculina es tan complicada como en el caso de las mujeres, aunque a ellas les cuesta más salir de la precariedad que a ellos.



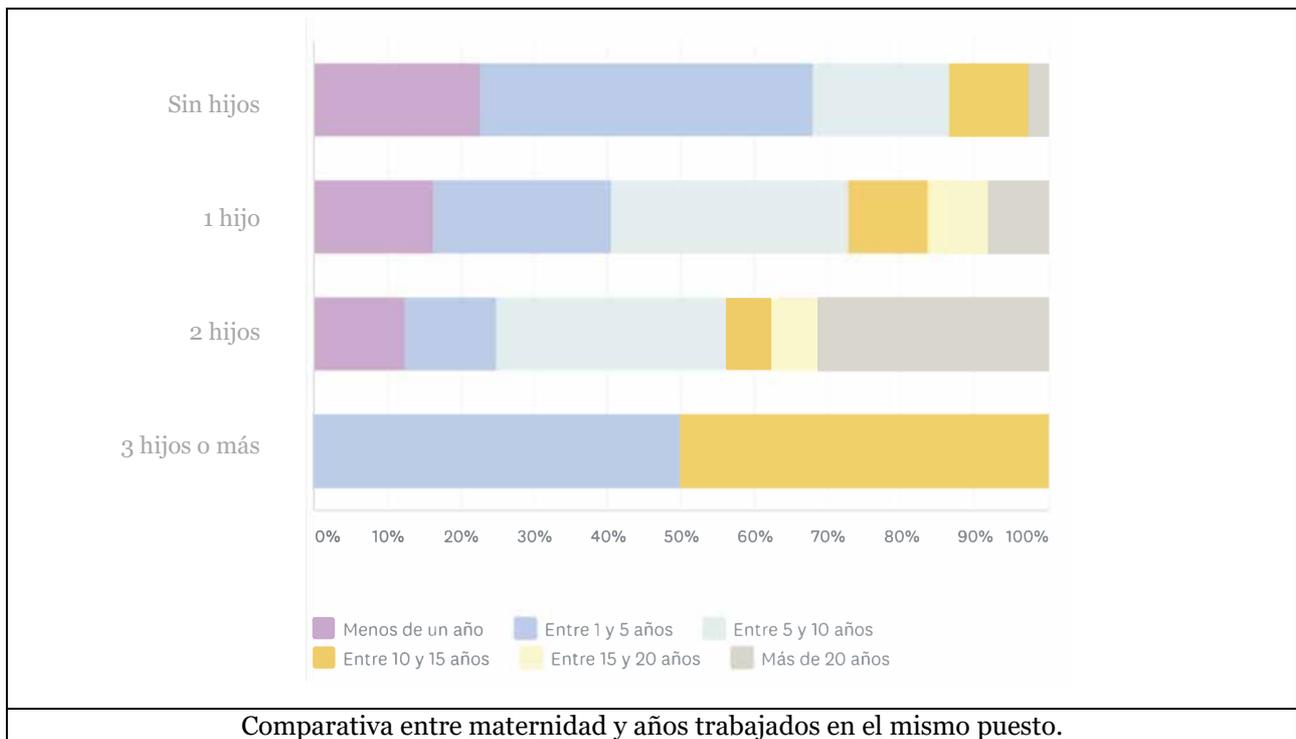
Comparativa entre ingresos y años trabajados por los hombres en el mismo puesto.

2.2.3. Perfil sociolaboral y maternidad

Al analizar los datos arrojados por la encuesta, el perfil de la mujer trabajadora y madre de la industria musical que se nos dibuja tiende a parecer el de una trabajadora con una carrera profesional estable y prolongada:

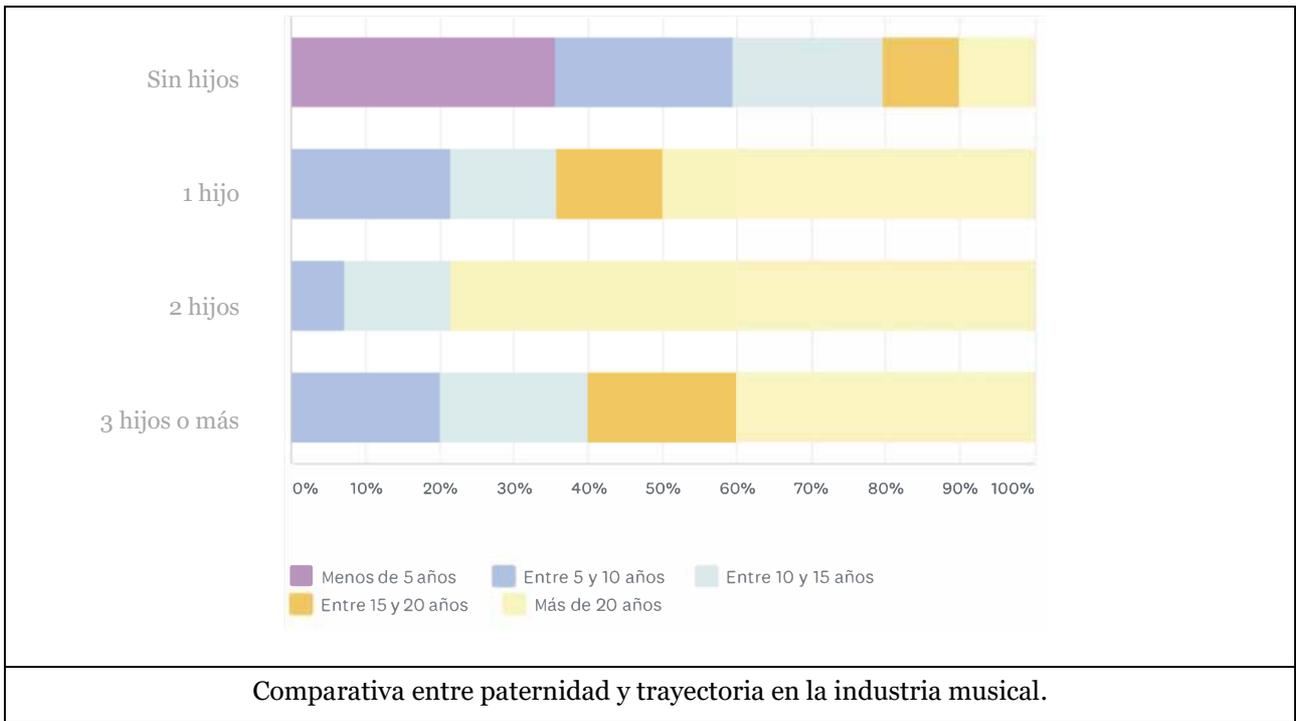


Sin embargo, si tenemos presentes los datos demográficos de la muestra, en los cuales solo el 26 % de las trabajadoras afirman ser madres, y que su edad media se encuentra en la treintena y su categoría principal la cuarentena, lo que observamos es que hay pocas madres (segunda barra en adelante) que lleven trabajando menos de cinco años en la industria musical. Por el contrario, son madres quienes en su momento ya accedieron a este mercado laboral y de alguna forma consolidaron y mantuvieron su posición laboral, es decir, de alguna forma han mantenido una determinada trayectoria dentro de la industria musical, e incluso dentro de un mismo puesto de trabajo:

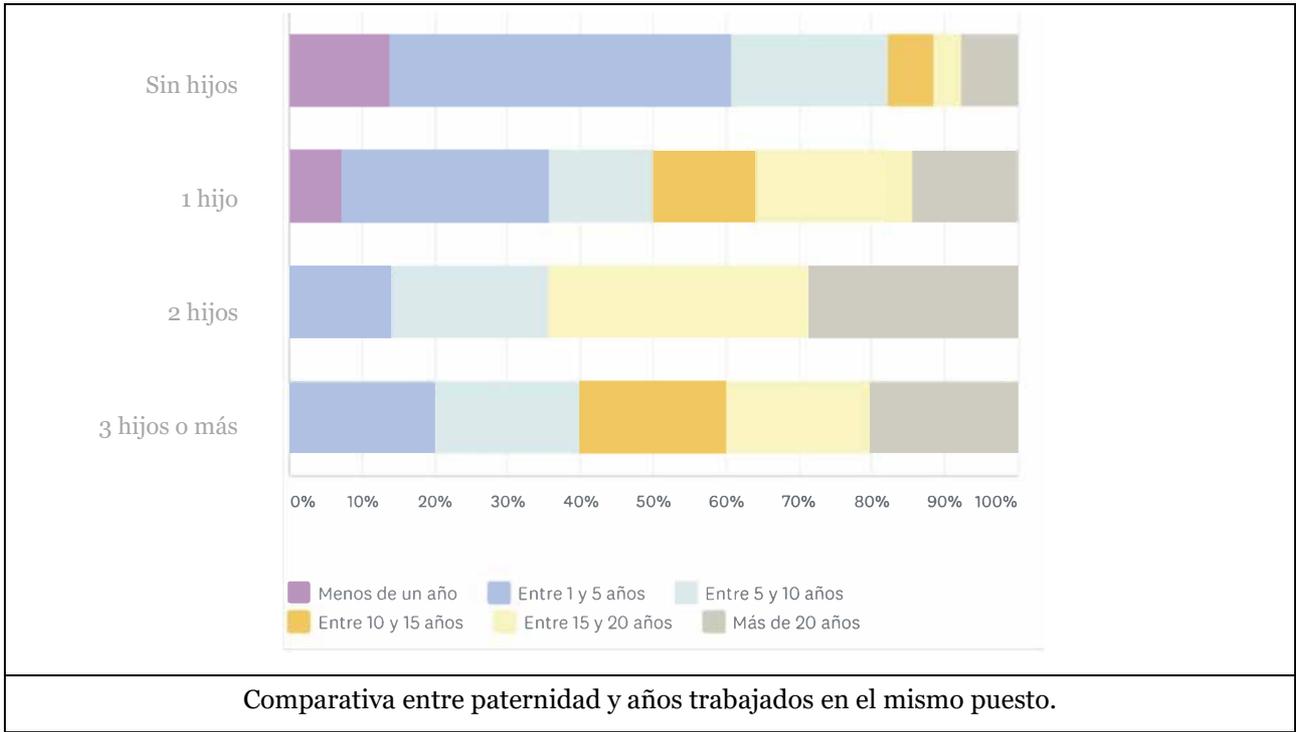


Observamos así que son pocas las mujeres que, con uno o más hijos o hijas a su cargo y cuidado, llevan menos de cinco años trabajando en la industria, algo que no es extraño dado que la tasa de maternidad y de fertilidad han descendido a nivel nacional y la edad media de la maternidad o paternidad ha aumentado. En todo caso, en la distribución de la muestra obtenida, lo que se hace patente es que es más probable encontrar a una mujer que afirma ser madre cuantos más años lleva trabajando, e incluso cuanto más consolidada está la trayectoria dentro de un mismo puesto de trabajo. Por el contrario, y en conclusión, esto nos indica que hay muy poca movilidad.

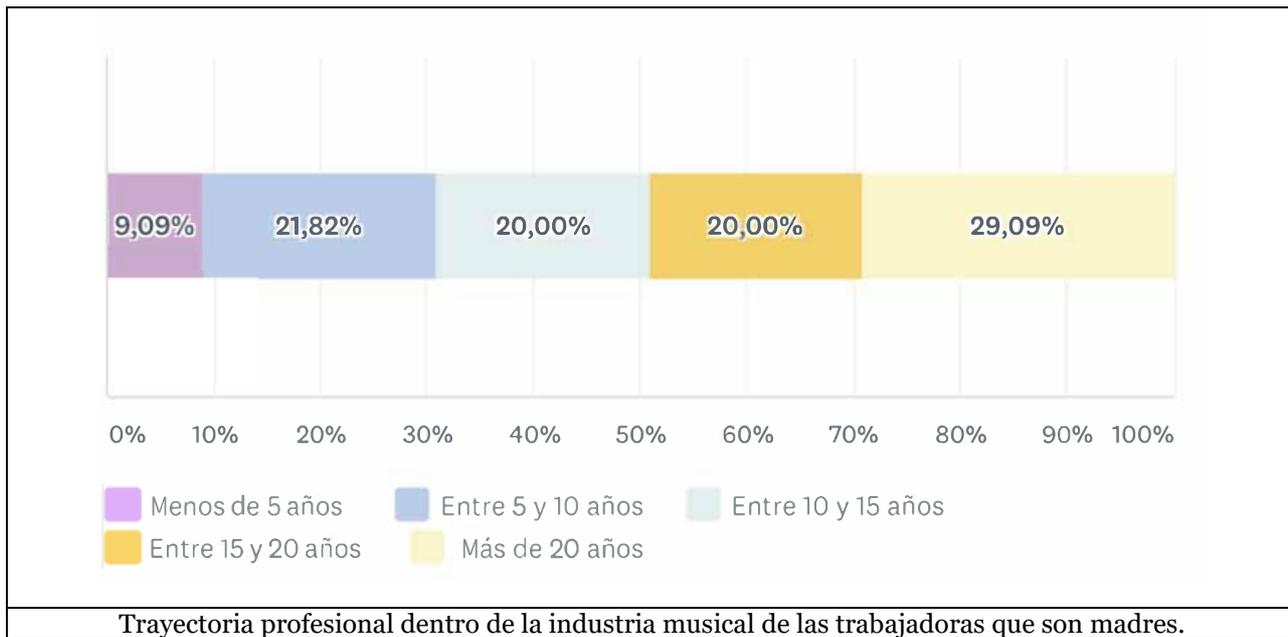
Esto ocurre de forma similar en la muestra obtenida en hombres (siempre teniendo presente las diferencias en tamaño). A diferencia de la muestra en trabajadoras, no hemos dado con hombres que, a pesar de afirmar tener hijos e hijas a su cargo o cuidado, posean menos de cinco años de experiencia dentro de la industria musical, tal y como podemos observar en el siguiente gráfico:



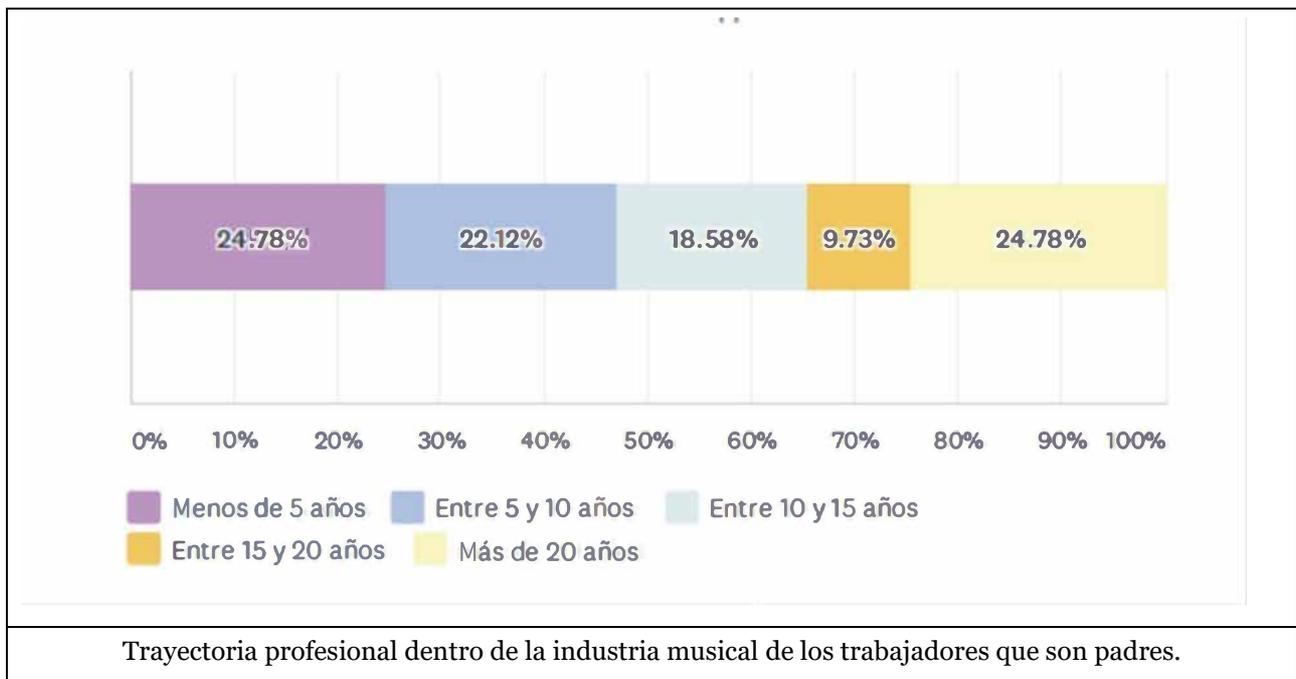
Así mismo, según la muestra obtenida, hay menos padres que madres con hijos o hijas a su cargo y cuidado que lleven menos de un año trabajando en el mismo puesto y función.



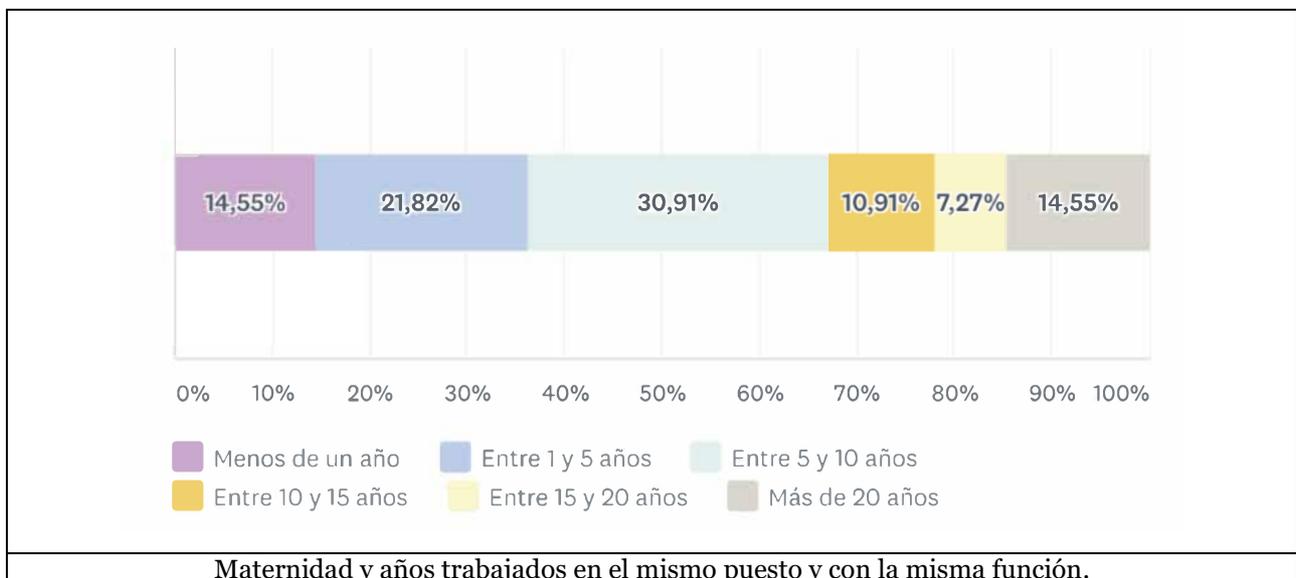
Como hemos comentado antes, es necesario analizar estos datos con cuidado para no caer en la ilusión de ver que la trayectoria profesional de esta mujer que es trabajadora de la industria musical y también madre tiende a ser estable o a estar consolidada, y ello sin dificultad alguna. Lo que se puede observar más detalladamente es que son pocas las madres trabajadoras que alcanzan esas posiciones, pues quienes nos han respondido son las trabajadoras activas del sector, y no quienes lo han abandonado, luego se recogen casos de éxito que, en proporción, suelen ser menores que los casos de abandono.



De esta manera, se observa la poca probabilidad de encontrar trabajadoras que al mismo tiempo tengan descendencia y una vida laboral o trayectoria profesional en ciernes o con una reciente movilidad: ese 9 % que representa el acceso a un puesto en la industria musical por primera vez. Algo que no ocurre igual en la muestra obtenida en trabajadores, ya que ese dato aumenta:



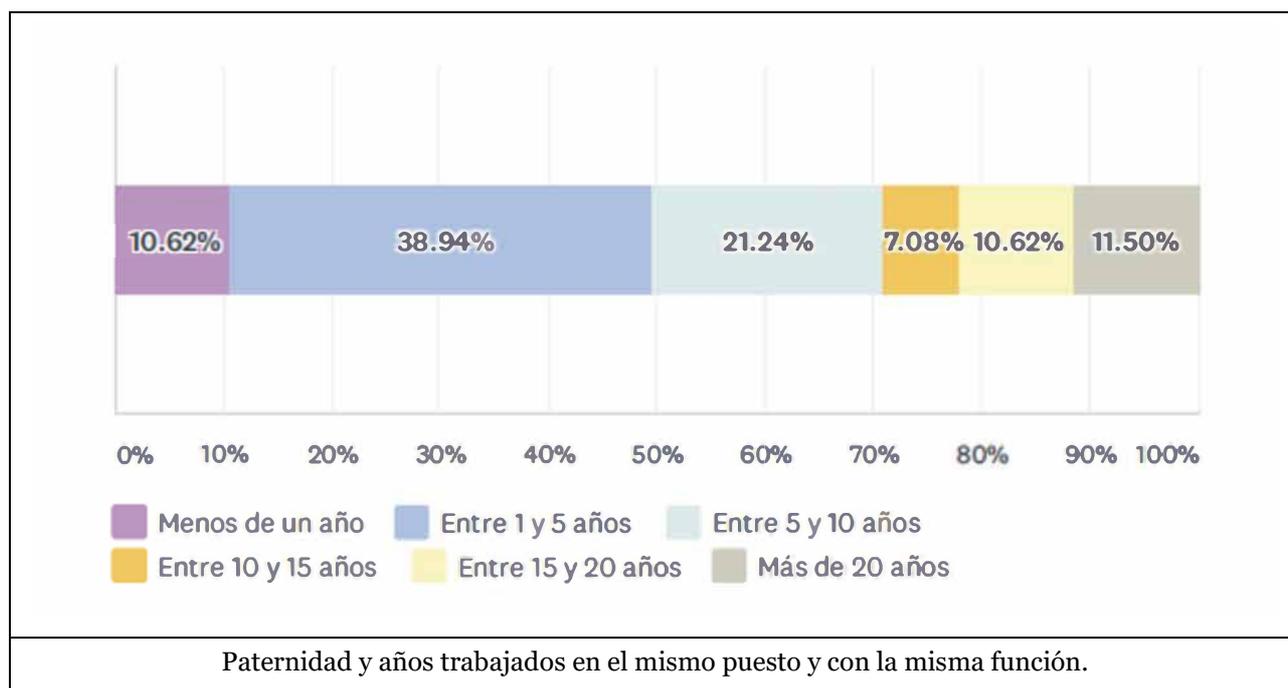
Por otro lado, si atendemos a la cuestión de cuántos años se lleva trabajando en el mismo puesto dentro de la industria musical, lo que observamos es, sobre todo, algo que se podría entender como estancamiento, es decir, la no movilidad ni transversal —puestos de trabajo de distintas funciones, pero mismos roles— ni ascendente —puestos de trabajo dentro de las mismas actividades, pero con un rol y un salario superior—. Veámoslo en relación con el siguiente gráfico:



Si sumamos las dos primeras categorías, observamos que solo un 37 % aproximado de las mujeres que nos han indicado que son madres llevan trabajando de cero a cinco años o en el mismo puesto de la industria musical. Por lo que, si tenemos en cuenta el gráfico anterior

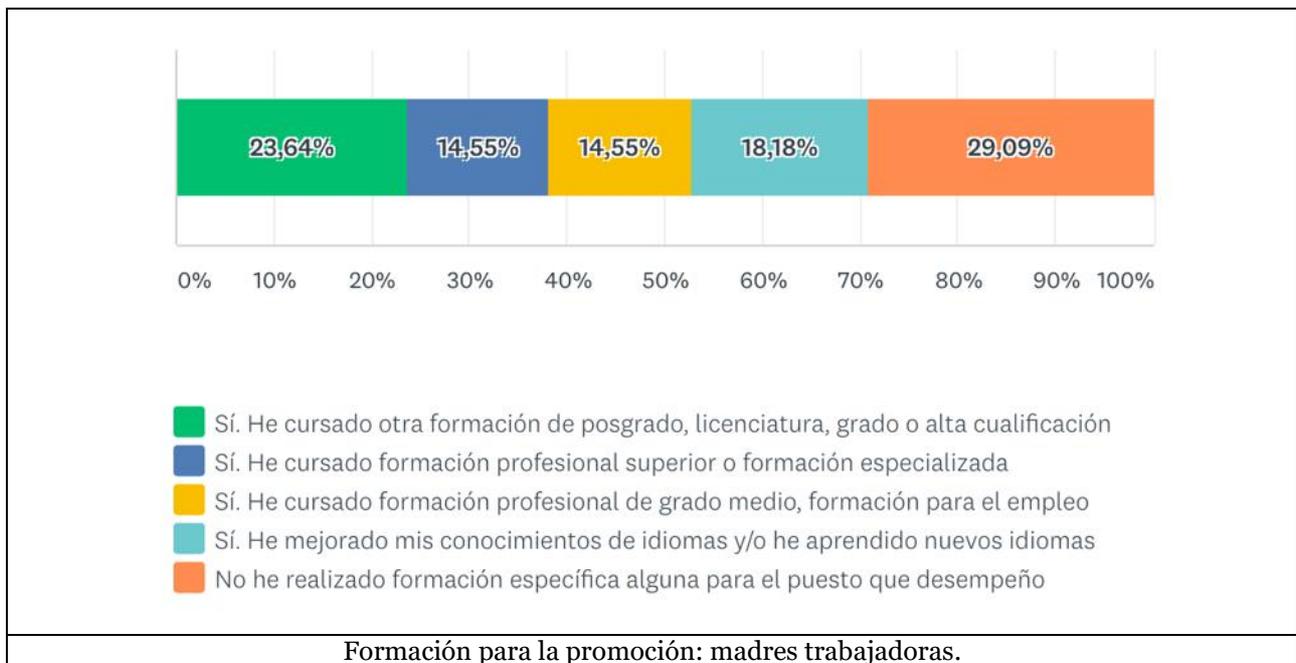
en que solo un 9 % de estas comenzó a trabajar en la industria hace cinco años o menos, la diferencia —el 27 %—, correspondería a mujeres que en esta categoría han conseguido cambiar de puesto de trabajo en los últimos años, es decir, han tenido algún tipo de movilidad laboral, independientemente del motivo. El resto de las madres trabajadoras se caracterizaría, por este orden de cosas, por llevar años trabajando en el mismo puesto y función, o lo que es lo mismo, casi una tercera parte de las madres que nos han respondido a esta encuesta no han disfrutado de movilidad laboral en los últimos cinco años.

En el caso de los trabajadores que afirman tener descendencia a su cargo y cuidado, esto no ocurre así, como podemos observar en el siguiente gráfico:



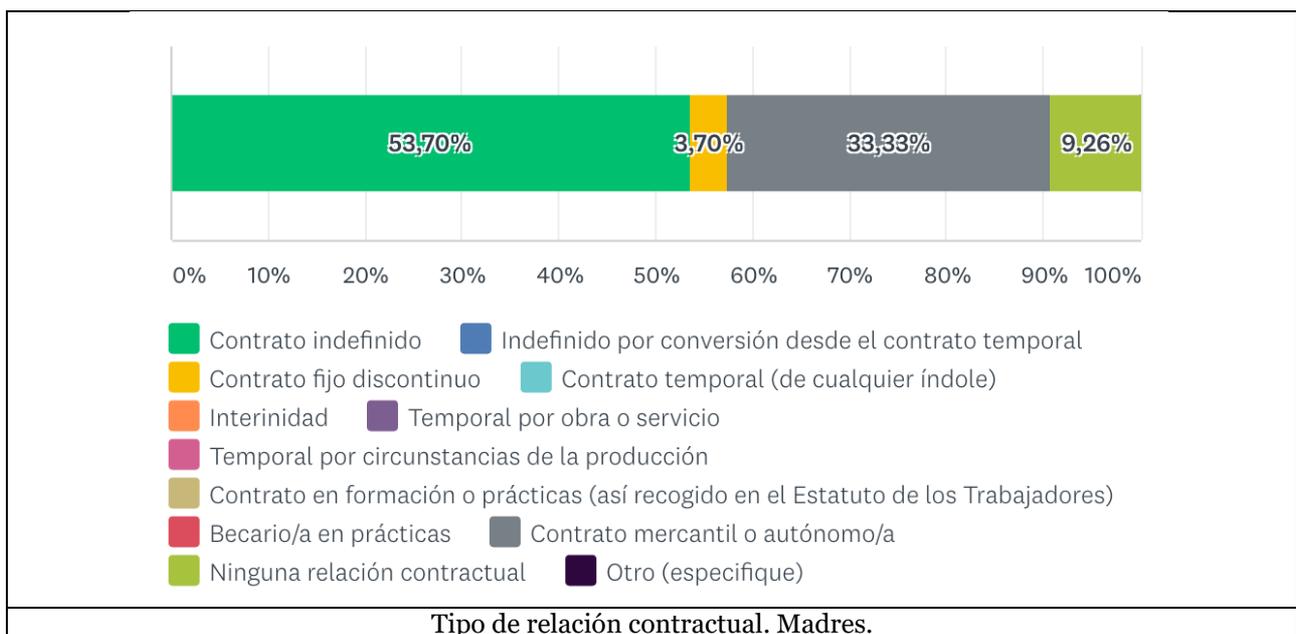
Son proporcionalmente pocos más los trabajadores que en los últimos cinco años han cambiado de puesto de trabajo dentro de la industria.

En otro orden de cosas, si observamos los datos sobre la formación y la cualificación, solo un 10 % de estas trabajadoras afirman no haber tenido ningún tipo de especialización o cualificación para acceder al mercado laboral de la industria musical; sin embargo, la mayoría sí nos han indicado que para alcanzar el puesto de trabajo que actualmente ocupan han recibido algún otro tipo de formación:

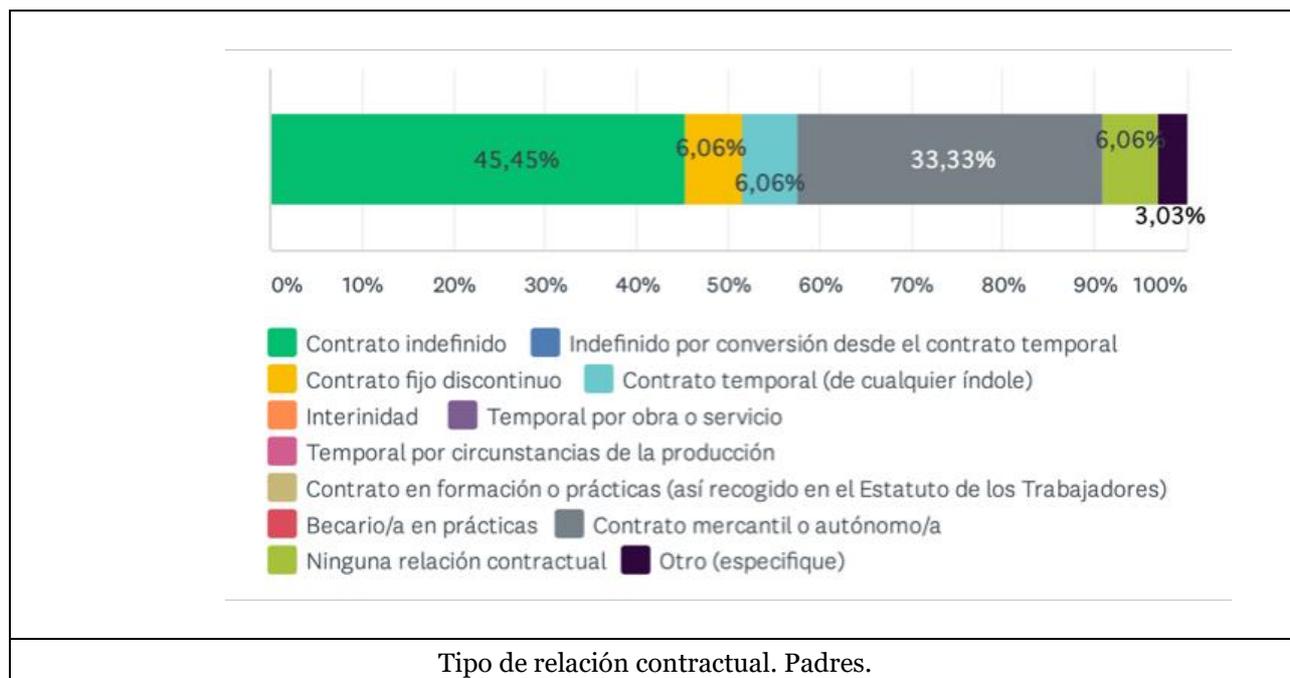


Este dato varía poco respecto a la muestra obtenida en trabajadores que indican ser padres, ya que más del 33 % afirma no haber cursado ninguna formación específica para el desempeño de su actual puesto de trabajo.

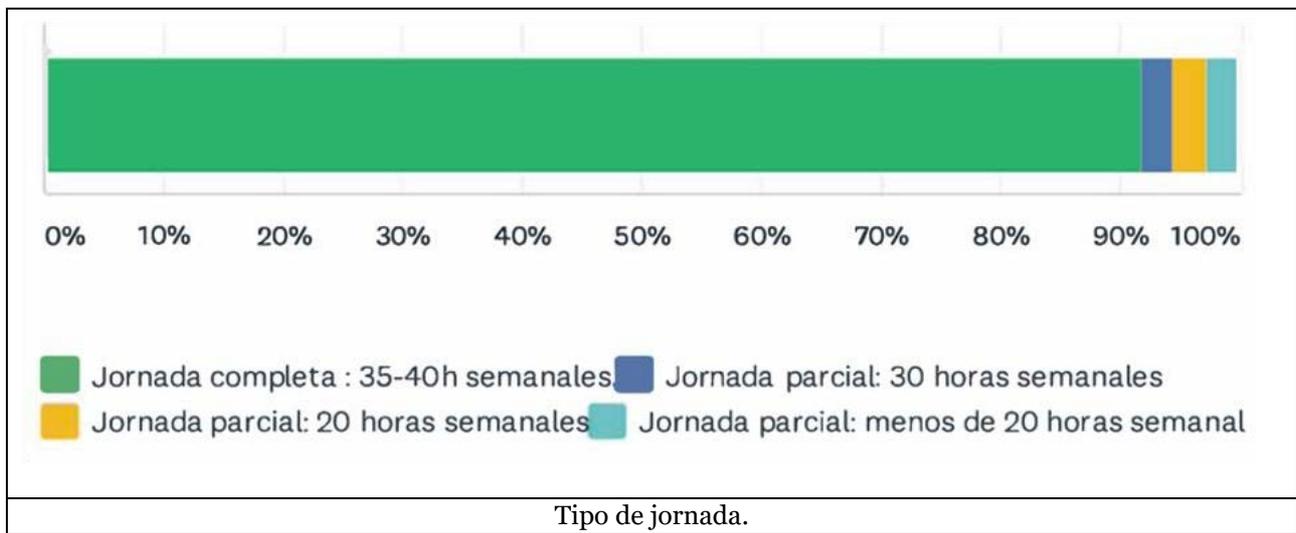
Sorprende, por otro lado, que muchas de estas trabajadoras sean en gran parte trabajadoras autónomas o *freelance*, o incluso que tengan relaciones laborales fuera de cualquier tipo de contrato, lo que nos lleva a pensar si gran parte de esa pequeña movilidad del 27 % que experimentan no se debe igualmente a los cambios de contrato mercantil como a campos reales de puestos de trabajo. Incluso que la mejora o promoción no consista más que en obtener un contrato laboral determinado desde una posición precaria.



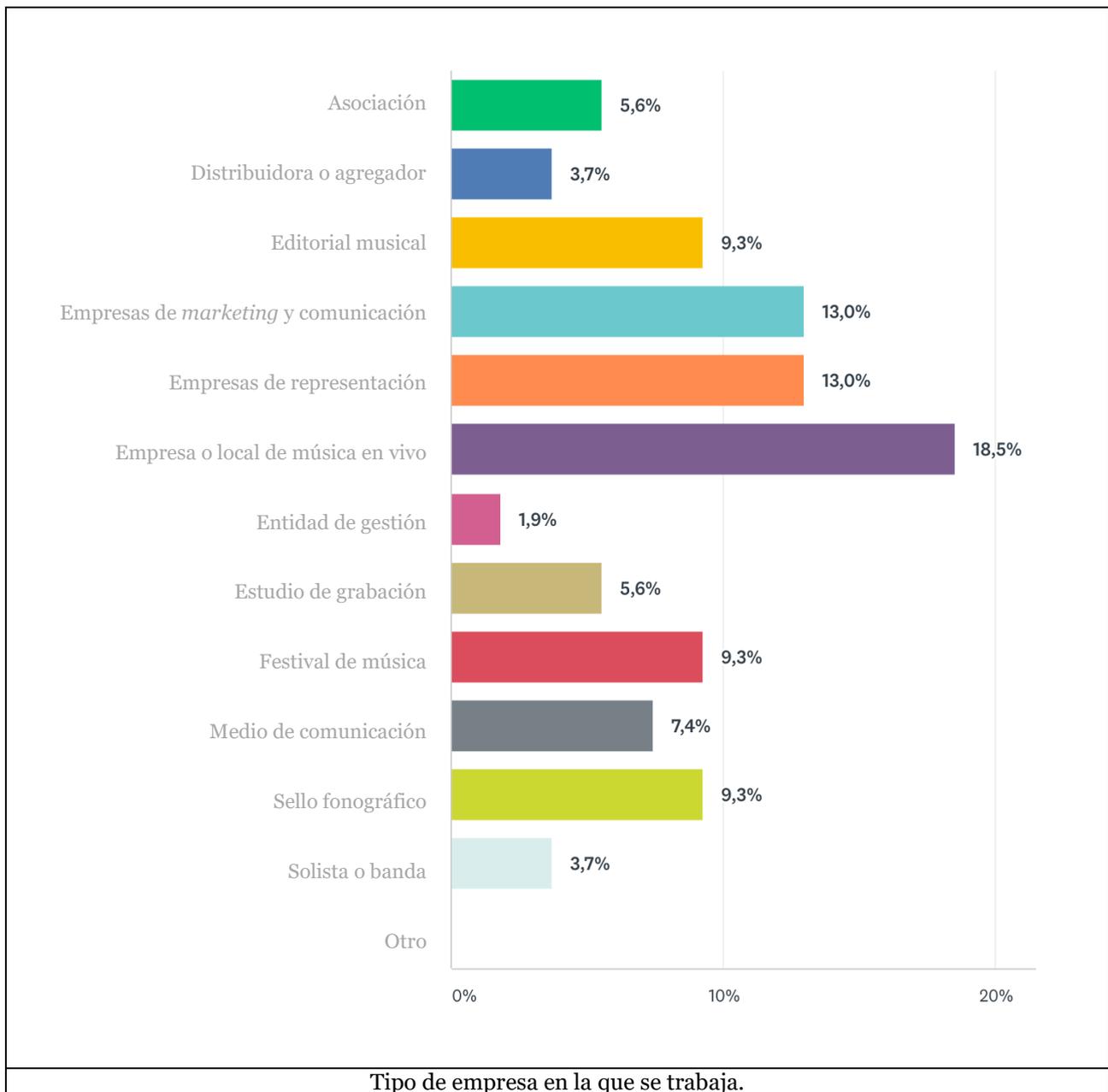
En el caso de la muestra en trabajadores, el porcentaje de casos en la categoría de contrato indefinido desciende respecto al de las trabajadoras, así como aumentan los casos de contratos fijos discontinuos, temporales y se mantienen los porcentajes en el caso de los contratos mercantiles o de autónomos. Llama también la atención que son menos los casos, proporcionalmente hablando, de trabajadores con ninguna relación contractual que en el caso de las trabajadoras.



También es notable el hecho de que la mayoría de estas trabajadoras esté desempeñando una jornada laboral a tiempo completo —algo que no ocurre tanto en el caso de los trabajadores, donde menos del 80 % afirma estar empleado a jornada completa—, sobre todo cuando, como vimos anteriormente, gran parte afirma no disponer de ayuda del cónyuge o, a lo sumo, si tiene ayuda es de familiares o de personal contratado para el cuidado:

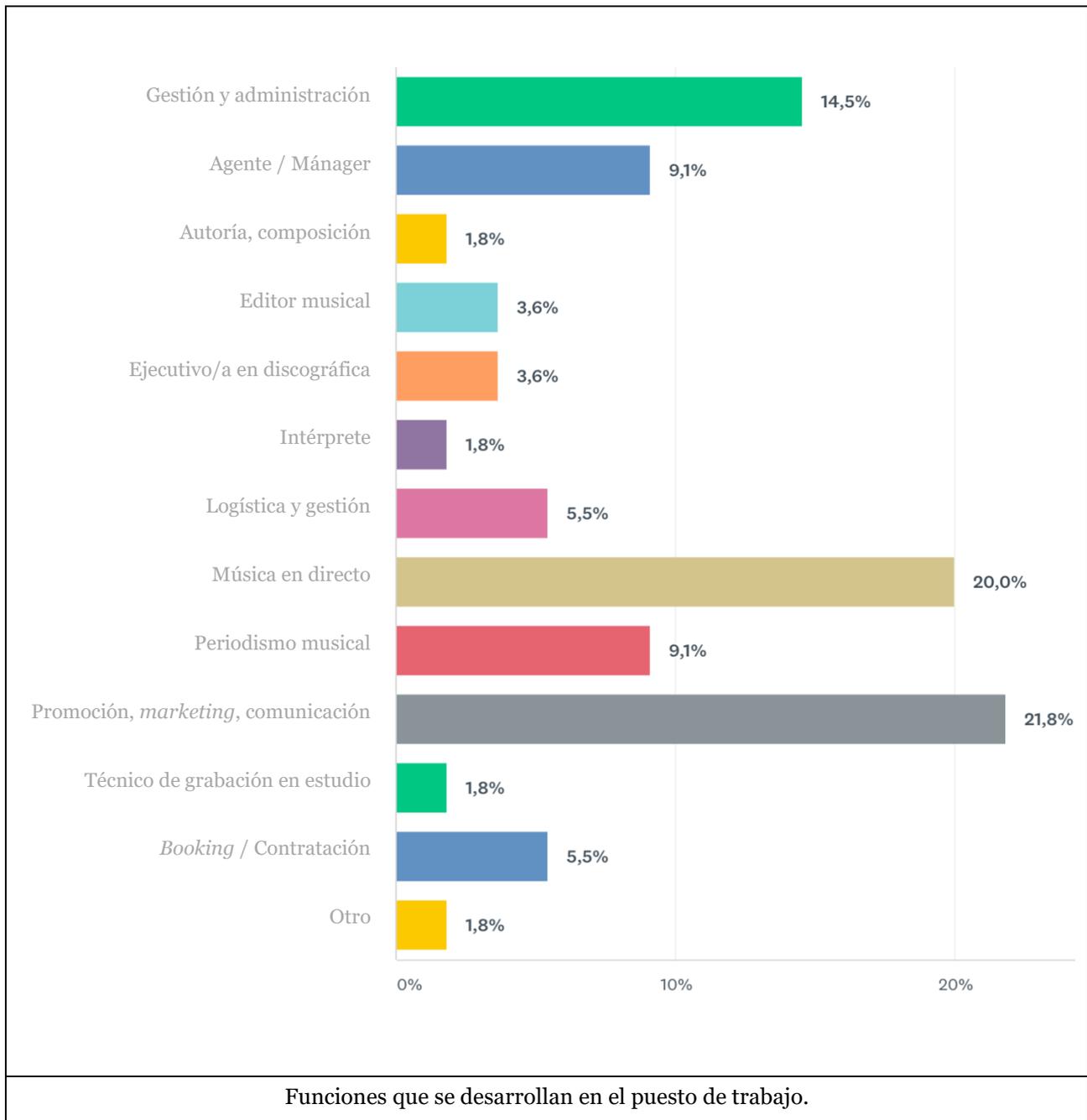


El perfil laboral de estas trabajadoras que tienen a su cargo y cuidado a hijos e hijas es, al igual que el resto de las mujeres trabajadoras, bastante variado, pero, a diferencia del resto de trabajadoras, estas mujeres se encuentran trabajando principalmente para empresas de *marketing*, editoriales musicales, sellos discográficos y para locales o empresas de música en directo:



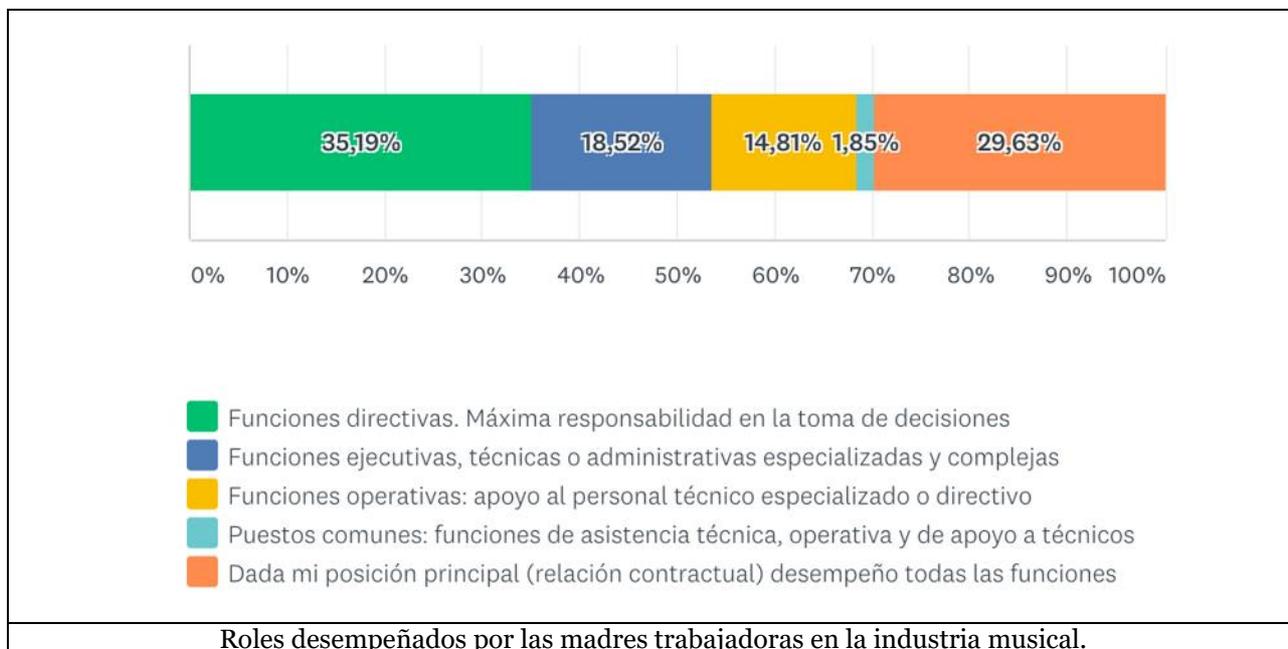
En la muestra de trabajadores con hijos e hijas a su cargo y cuidado, estos datos varían. No hemos encontrado casos en las categorías de sellos discográficos, empresas de *marketing* y entidades de gestión. A su vez, los casos se concentran en las empresas o locales de música en vivo (37,5 %), empresas de representación (21,9 %), distribuidoras o agregador (6,3 %) y solistas (9,4 %), donde en proporción son más los casos que en la muestra de las trabajadoras.

Así mismo, las funciones que estas madres y trabajadoras desempeñan dentro de estas empresas también son variadas y, al igual que el resto de las trabajadoras de la industria musical, llama la atención que apenas desarrollen perfiles de tipo técnico, y los principales perfiles son los que tienen que ver con la gestión y la administración:



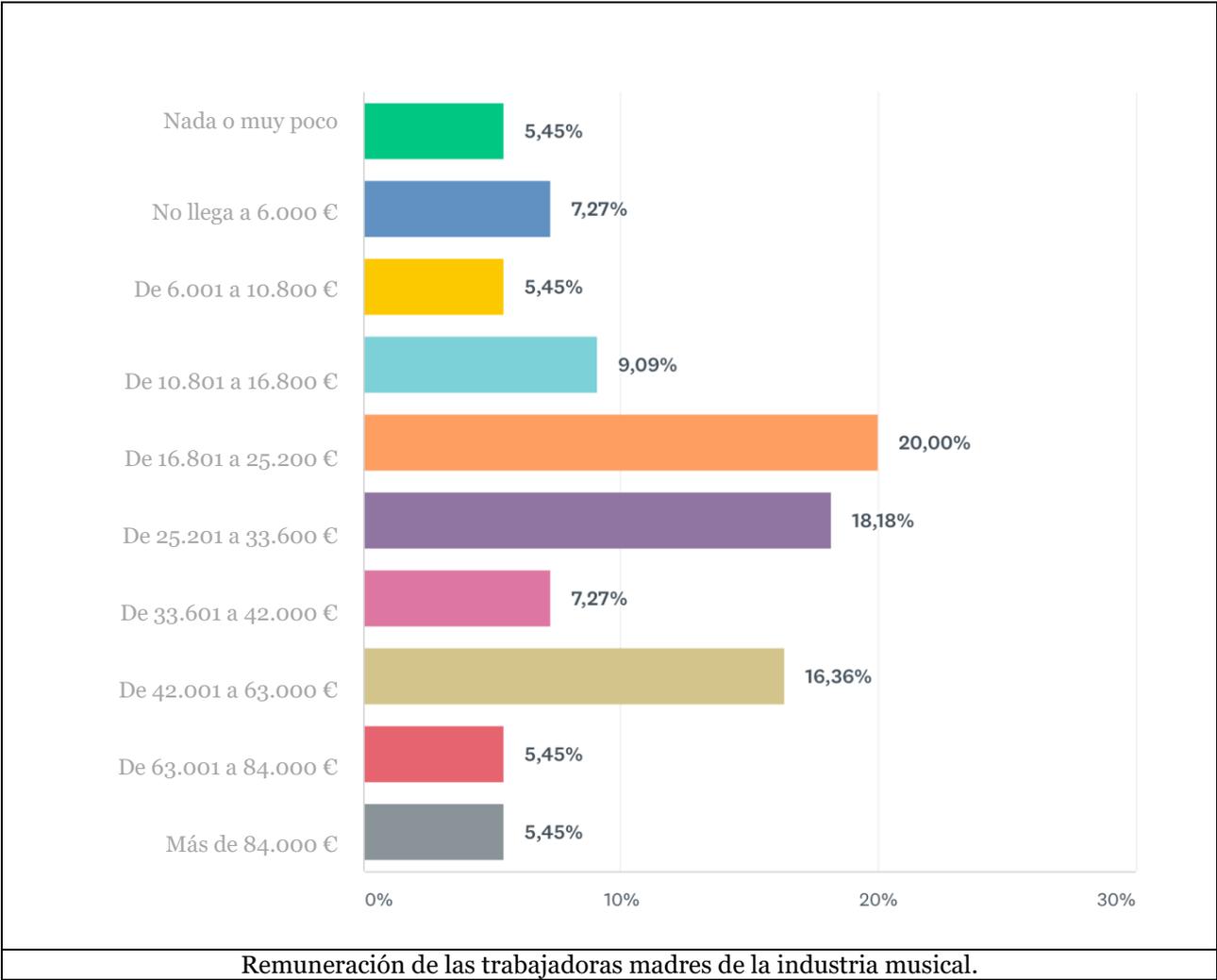
En el caso de la muestra de trabajadores que afirman tener a su cargo y cuidado hijos e hijas, y de forma similar al grueso de trabajadores, abundan los perfiles técnicos —técnico de grabación 20 %—, solistas 9,47 %, logística y gestión 7,3 %, ejecutivo en discográfica 4,21 % o auditoría 3,16 %. Y, aunque al igual que la muestra de trabajadoras los perfiles mayoritarios son también los dedicados al *marketing* 13,6 % y a la música en directo 14,74 %, en comparación son menos habituales los perfiles de gestión y administración 5,26 %, o agente o mánager 5,2 %.

Continuando en esta línea, y también en sincronía con la situación del resto de trabajadoras de la industria musical, aquellas que son madres ejercen roles de alta dirección o técnicas, muy pocas ejercen roles intermedios o bajos y, en relación también con la situación de *freelance* o régimen de autónoma, desempeñan todos los roles, como se puede ver en el siguiente gráfico:

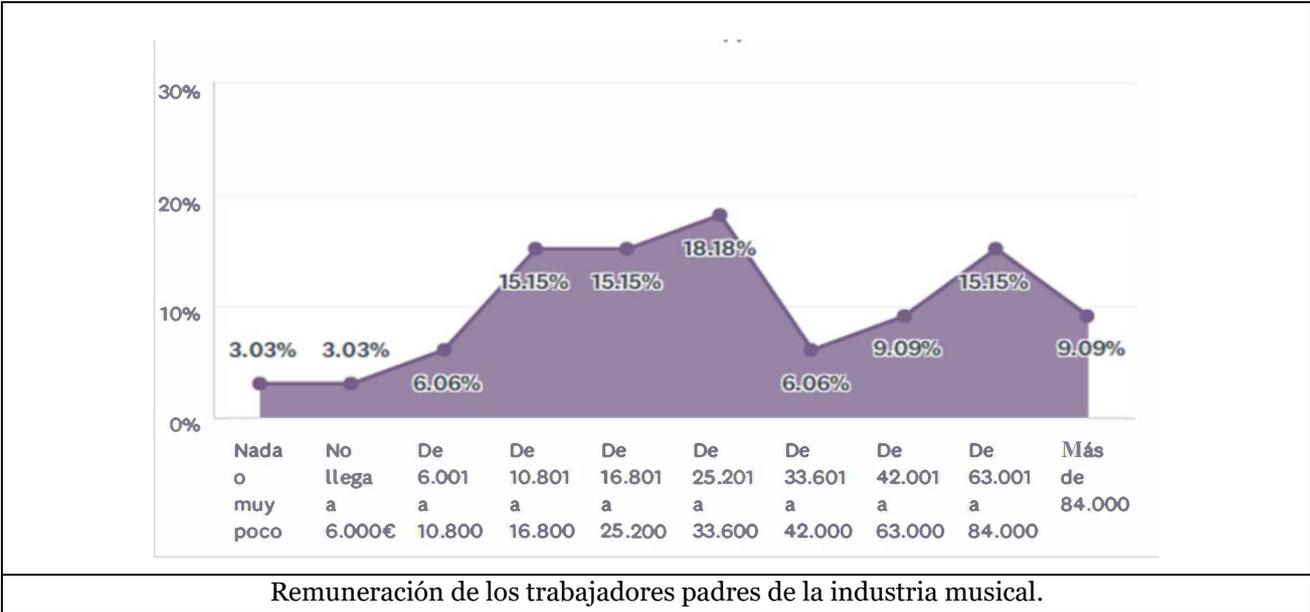


No obstante, en la muestra de los trabajadores la proporción de casos del perfil de las funciones directivas aumenta hasta un 48,4 %, mientras que el de funciones directivas desciende hasta el 9 % y el perfil de desempeño de todo tipo de funciones también desciende hasta el 21,2 %.

Si prestamos atención a la estructura salarial, las trabajadoras que son madres tienden a situarse un poco por encima del resto de trabajadoras. Aun cuando la categoría modal continúa siendo aquella donde se sitúa la media salarial nacional —entre 16.800 € y 25.200 €—, la segunda categoría modal es la siguiente: aquella que están entre los 25.200 € y los 33.600 €. Esto hace que la media salarial de aquellas trabajadoras de la industria musical que son madres se sitúe un poco por encima. Pero cabe recordar que se trata de trabajadoras con contratos estables o más trayectoria que aquellas que no son madres, luego también se pueden estar beneficiando de factores o complementos salariales que otras trabajadoras no tienen. No obstante, es relevante que, en proporción, haya trabajadoras que siendo madres hayan alcanzado puestos de trabajo más remunerados que aquellas trabajadoras que no son madres, tal y como se puede observar en las dos categorías salariales más elevadas.



En el caso de la muestra de trabajadores, esto varía. La categoría modal es la de los 25.201 €, y aumentan las categorías de ingresos superiores respecto a las trabajadoras:

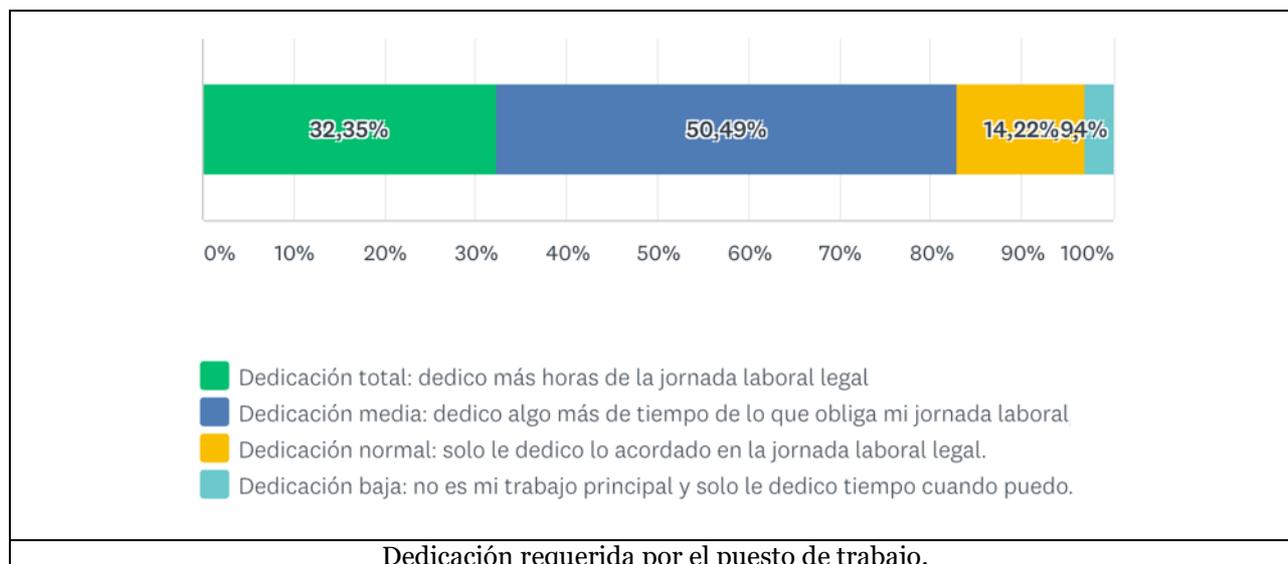


2.3. Requerimientos y exigencias del puesto de trabajo, e impacto de otros factores de influencia en la carrera profesional

Hasta el momento hemos analizado las condiciones estructurales desde las cuales las trabajadoras de la industria musical desempeñan sus roles y sus funciones. Factores como la maternidad, el salario, la formación, la posición ocupada de partida, así como la ayuda en las labores domésticas del cuidado por parte de los cónyuges son factores que influyen en el desarrollo cotidiano de la carrera profesional, así como en las expectativas de futuro, sobre todo en lo relativo a la promoción. Pero para comprender más en profundidad las cuestiones que tienen que ver con el desarrollo de una carrera profesional, es necesario conocer también otros factores de percepción sobre lo que el actual puesto de trabajo requiere a las trabajadoras, como son las expectativas y la percepción de las barreras y otras experiencias que ellas consideran que les afectan.

2.3.1. Requerimientos y exigencias del puesto de trabajo

Como ya mostramos anteriormente, más de un 80 % de las trabajadoras de la industria musical trabajan a jornada completa, aun cuando un 57 % afirma dedicarse a otras tareas productivas dentro de la industria musical, además de esa actividad principal de la cual dependen económicamente y a la cual dedican su jornada. Con todo, más de un 80 % de la muestra de trabajadoras afirma que su puesto de trabajo le requiere una dedicación en tiempo mayor que la jornada por la cual legalmente están contratadas:



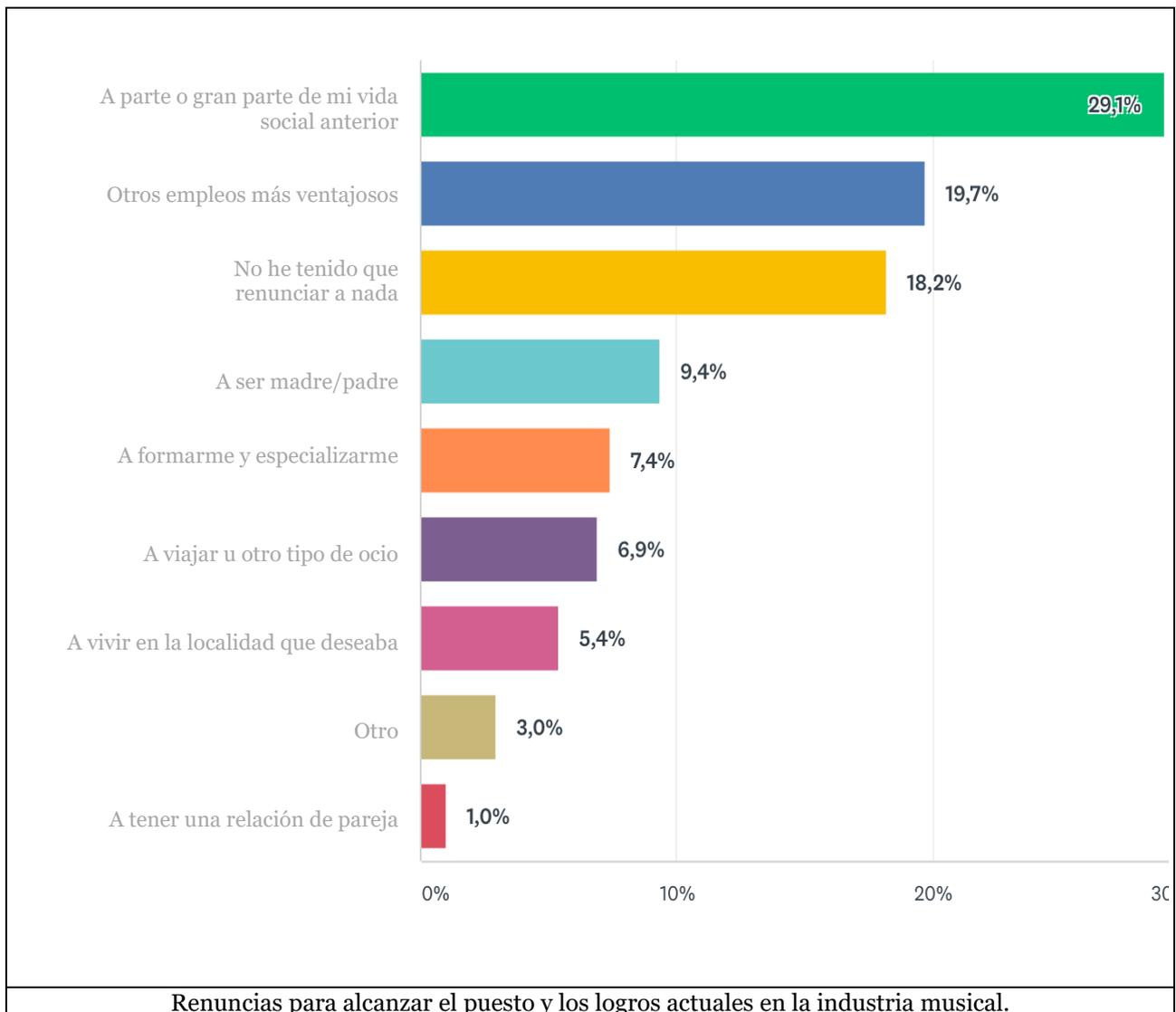
No obstante, solo una tercera parte de las trabajadoras afirma que sus funciones les exigen una disponibilidad mayor de la habitual, de manera que la mayoría de estas ocupan puestos

de trabajo que no les exigen de forma habitual tener que desplazarse o acudir a su puesto de trabajo fuera de su horario habitual:



De alguna forma, esta situación de altas exigencias parece estar relacionada con la percepción de las exigencias del puesto de trabajo. De esta manera, cuando preguntamos a las trabajadoras a qué creen que han tenido que renunciar para alcanzar su posición actual, la gran mayoría apela a situaciones que tienen que ver con las relaciones sociales y de reproducción, cuando no directamente con la maternidad:

- La principal renuncia que las trabajadoras indican que realizan para alcanzar los logros y la posición actual es a la vida social y familiar en casi un 30 %. Si a esta renuncia el sumamos la maternidad (9,4 %) o tener una relación de pareja (1 %), encontramos que los principales elementos que conforman las relaciones sociales y de reproducción —vida social, relaciones de intimidad, familiar y de pareja— se ven afectadas por el trabajo. Luego podríamos afirmar que la actual estructura de relaciones de producción de la industria musical no favorece una conciliación social y familiar.
- Otro dato interesante es que la segunda renuncia más seleccionada por las trabajadoras es la de desempeñar otros puestos de trabajo más ventajosos. De alguna forma, esto nos expondría que, a pesar de la precariedad inicial y de las exigencias o barreras que se puedan encontrar, el trabajo en la industria musical tiende a ser algo vocacional.



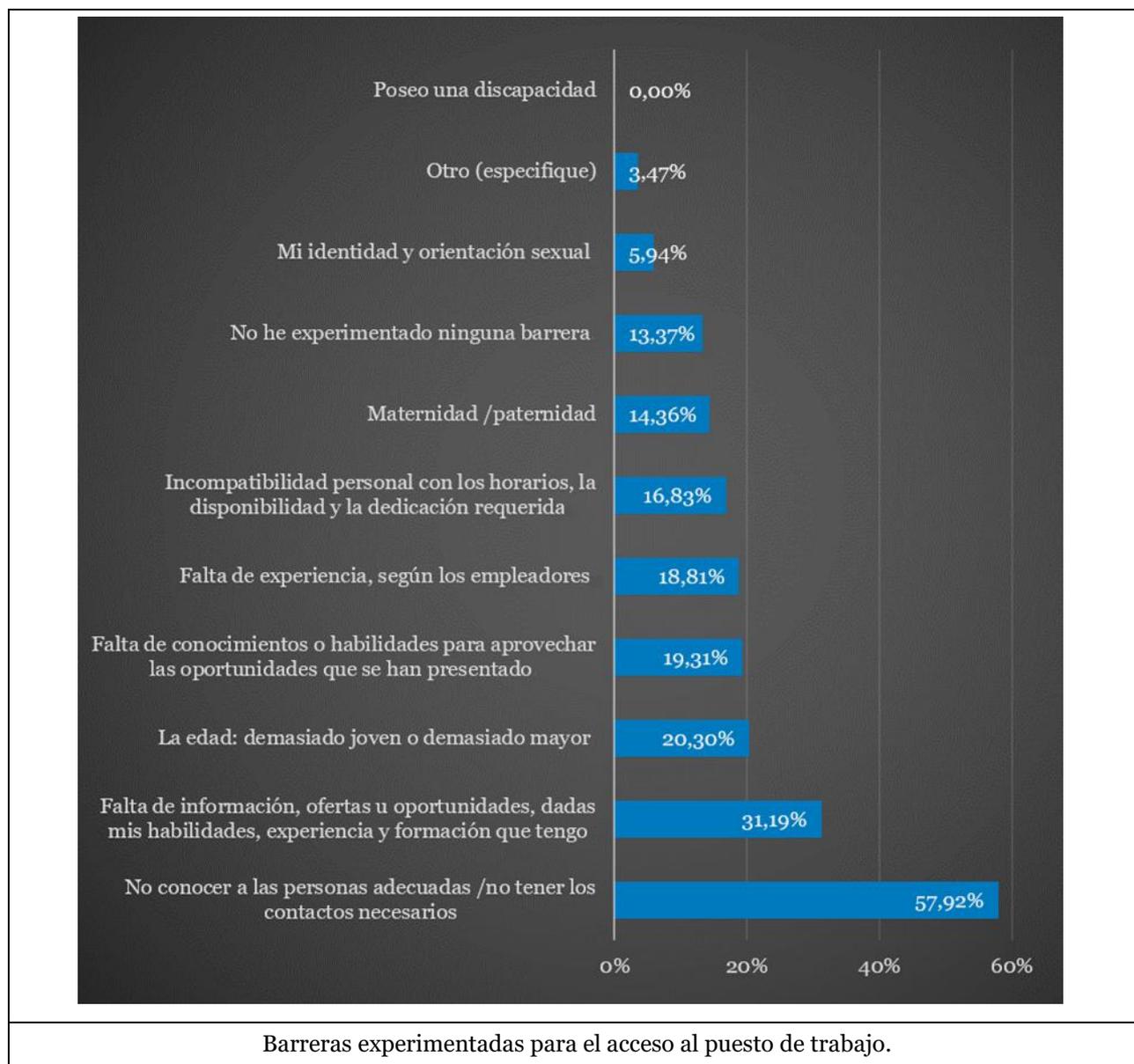
Esta percepción no es igual en el caso de la muestra de trabajadores, donde si bien el 43 % considera que ha tenido que renunciar a parte de su vida social, en muy pocos casos se concibe que se haya tenido que renunciar a la paternidad (0,3 %) y solo un 2,7 % considera que ha tenido que renunciar a tener una relación de pareja.

2.3.2. Barreras experimentadas

A pesar de que lo relativo a las relaciones sociales y de reproducción sean un factor de renuncia percibido para alcanzar las metas y los objetivos perseguidos dentro de la industria musical, las trabajadoras de este campo afirman que la principal barrera para acceder a su puesto de trabajo y desempeñar sus funciones tiene que ver con las cuestiones de capital social: el no tener los suficientes contactos o que los que se poseen no sean los adecuados —

casi en un 58 % de los casos se ha seleccionado esta barrera—; y, en segundo lugar, la falta de información sobre ofertas.

Nota aparte es la tercera barrera más seleccionada: la edad. Y es que huelga recordar que nos encontramos ante una distribución de edad donde priman las categorías jóvenes adultas. Principalmente son mujeres menores de 40 años quienes han indicado esta opción.



En el caso de quienes han indicado la maternidad como barrera experimentada, o al menos percibida o incluso impuesta como tal para alcanzar su puesto de trabajo (14,36 %) son, en proporción, pocas las mujeres que no son madres: un 6,9 % frente al 93,1 %.

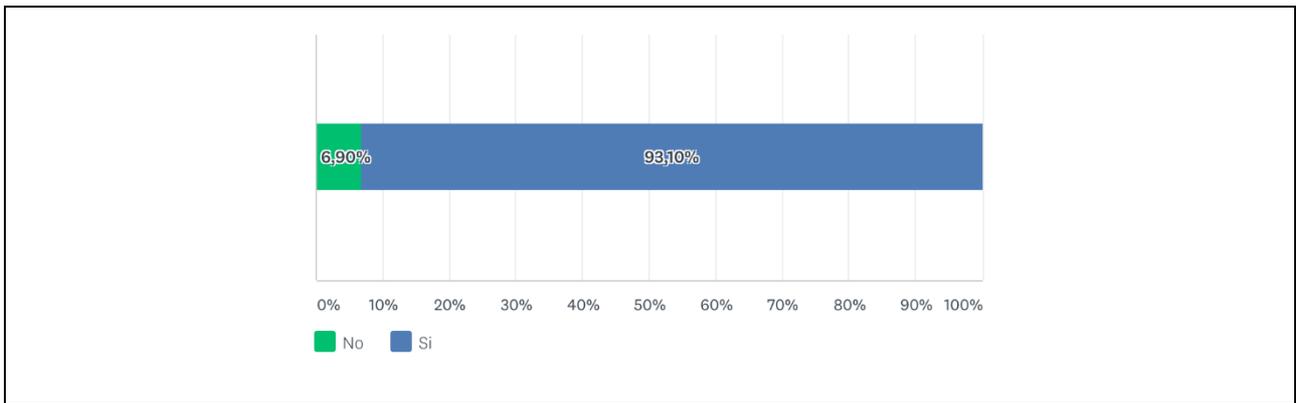
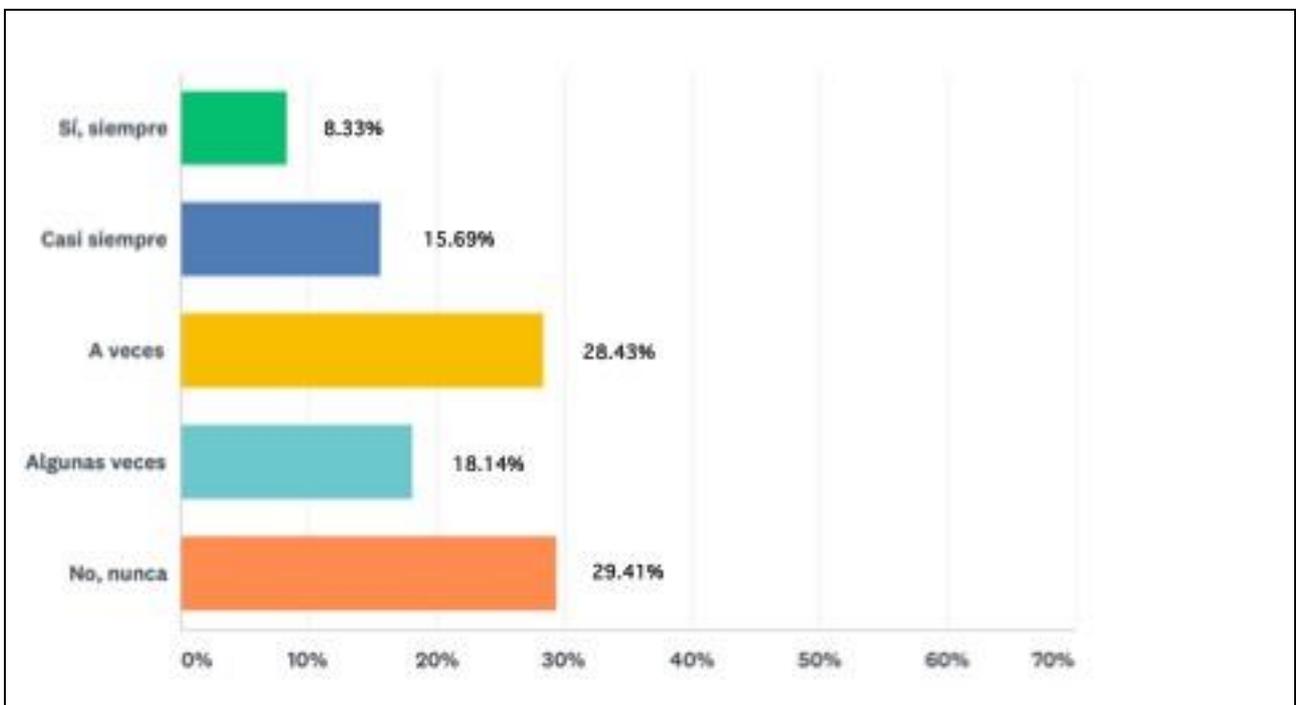


Tabla cruzada: mujeres que perciben la maternidad como barrera y mujeres con hijos.

No obstante, resulta significativo que la mitad de las trabajadoras que nos han indicado que son madres hayan experimentado que su condición como tal les ha supuesto un impedimento de cara a obtener un puesto de trabajo. Algo que no ocurre en el caso de los trabajadores que son padres, cuya proporción se reduce al 12,9 %.

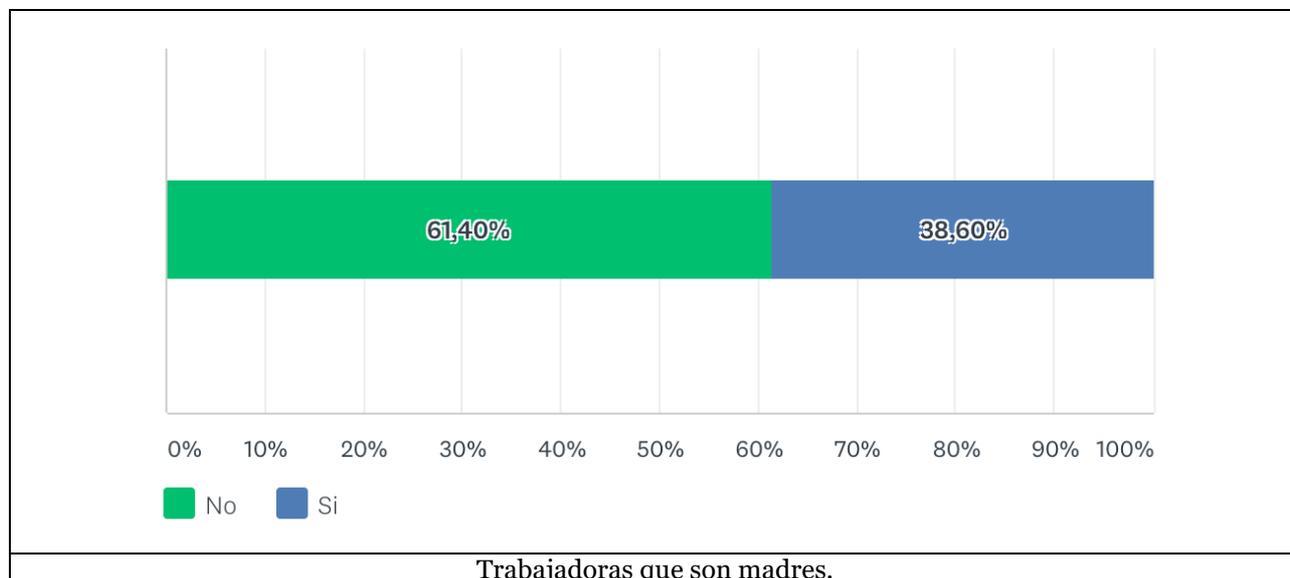
Aunque si bien la maternidad no ha sido percibida o experimentada por el total de las trabajadoras como barrera en el desarrollo de una carrera profesional, la propia condición de mujer sí ha sido experimentada como factor determinante en otros momentos.

Así pues, casi un 30 % afirma que no cree que su sexo haya sido determinante para su contratación, pero el otro 70 % sí que lo cree, y en más de un 20 % de los casos se considera que siempre o casi siempre ha sido así.

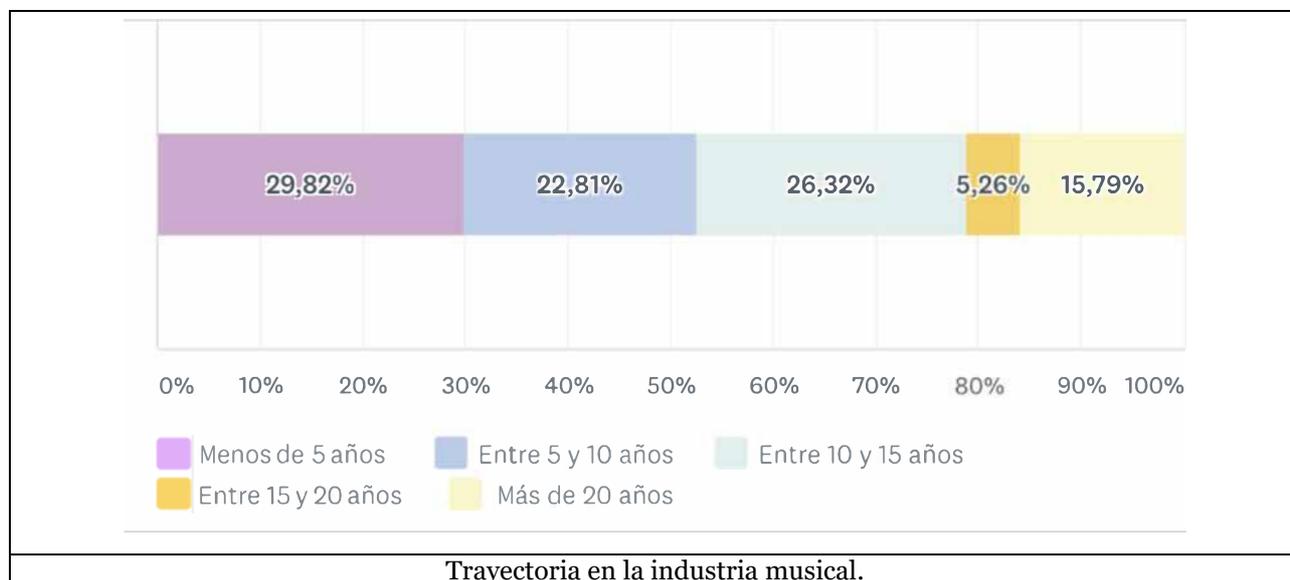


¿Consideras que tu sexo ha sido determinante en tu contratación?

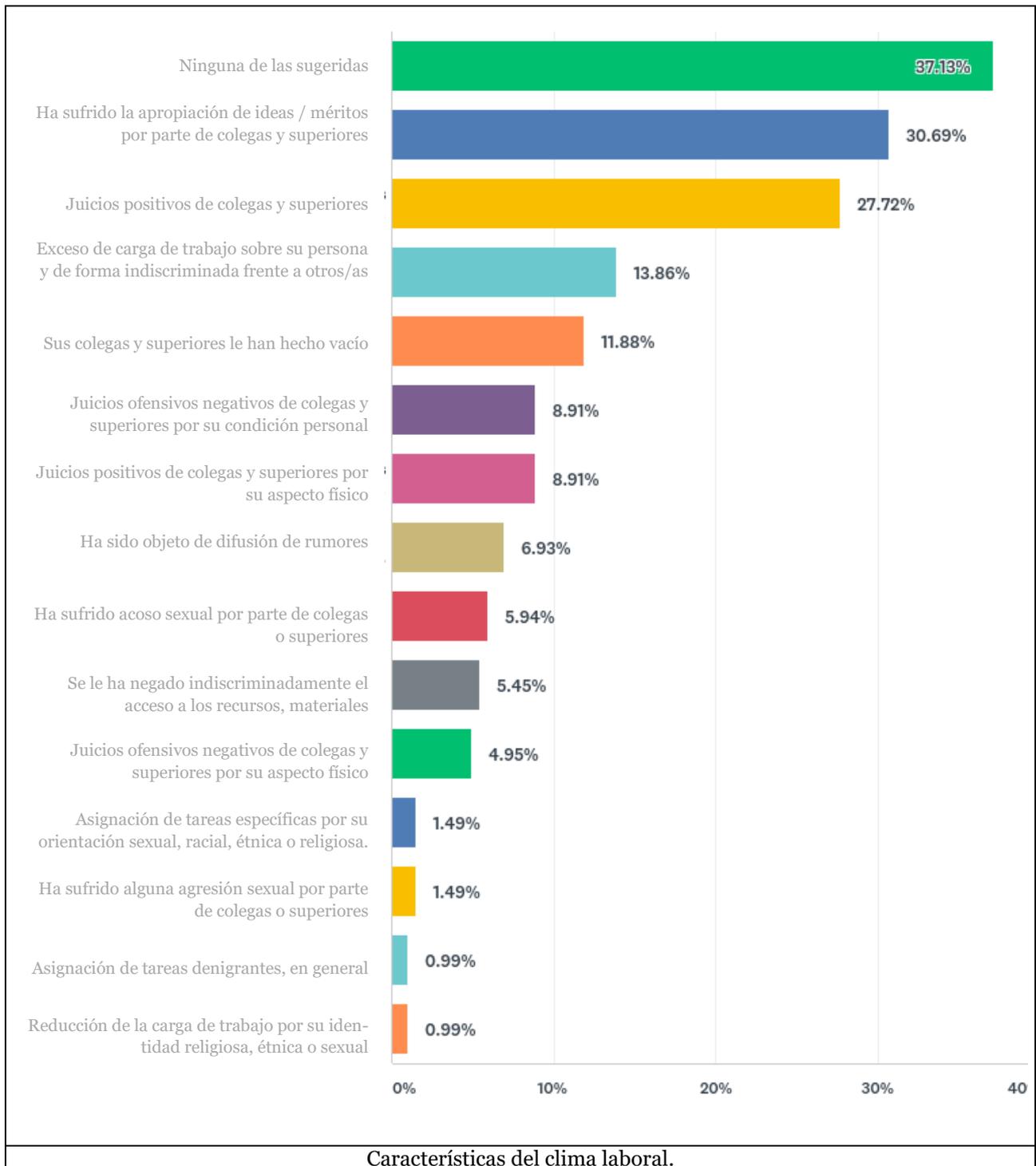
Si indagamos un poco más en quiénes son ese 70 % de trabajadoras que se han sentido discriminadas por su sexo, encontramos que un 38 % son madres:



Este dato explica por qué son también trabajadoras que, principalmente, tienen una larga trayectoria en la industria musical:



Por otro lado, cuando preguntamos por el clima laboral que se vive en la actualidad, encontramos que la experiencia más seleccionada es no sentirse discriminada es. Sin embargo, la relación de experiencias seleccionadas es amplia y merece un análisis más detallado:



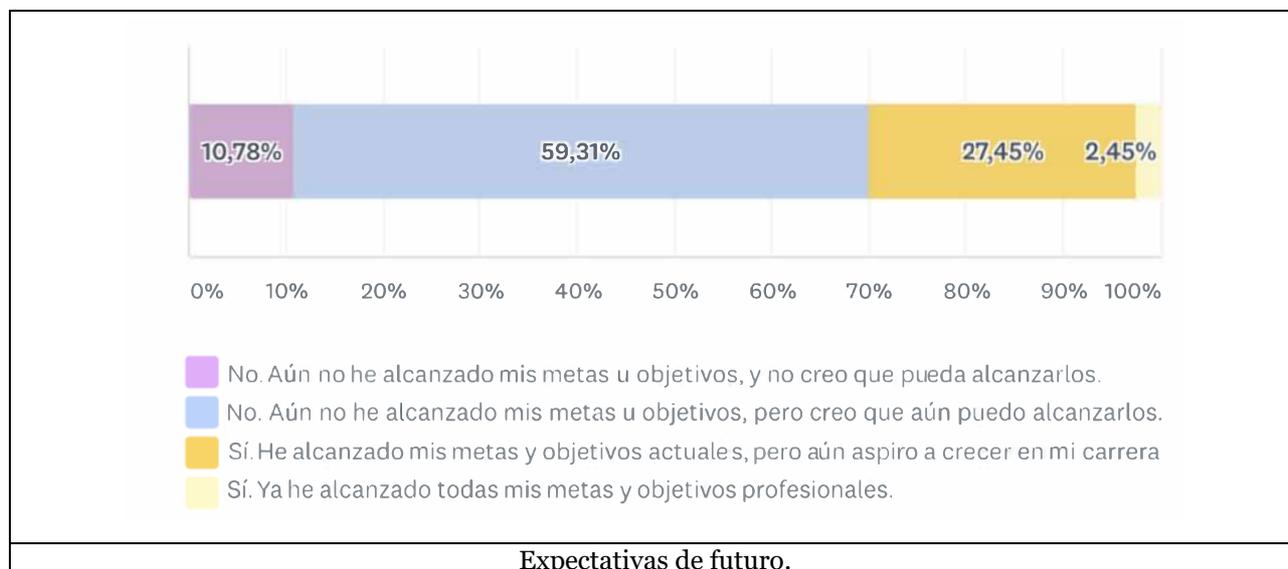
Si bien a primera vista puede parecer que la experiencia en el clima laboral de la muestra obtenida es mayoritariamente positiva o no discriminatoria, dado que en el 37 % de los casos se ha indicado que no se ha experimentado ninguna circunstancia de esa índole, y que incluso en un 27 % de los casos se han experimentados juicios positivos por el trabajo realizado por parte de colegas y superiores, lo que nos muestra el resto de experiencias

seleccionadas es justo lo contrario: el clima laboral dentro de la industria musical es, de hecho, discriminatorio:

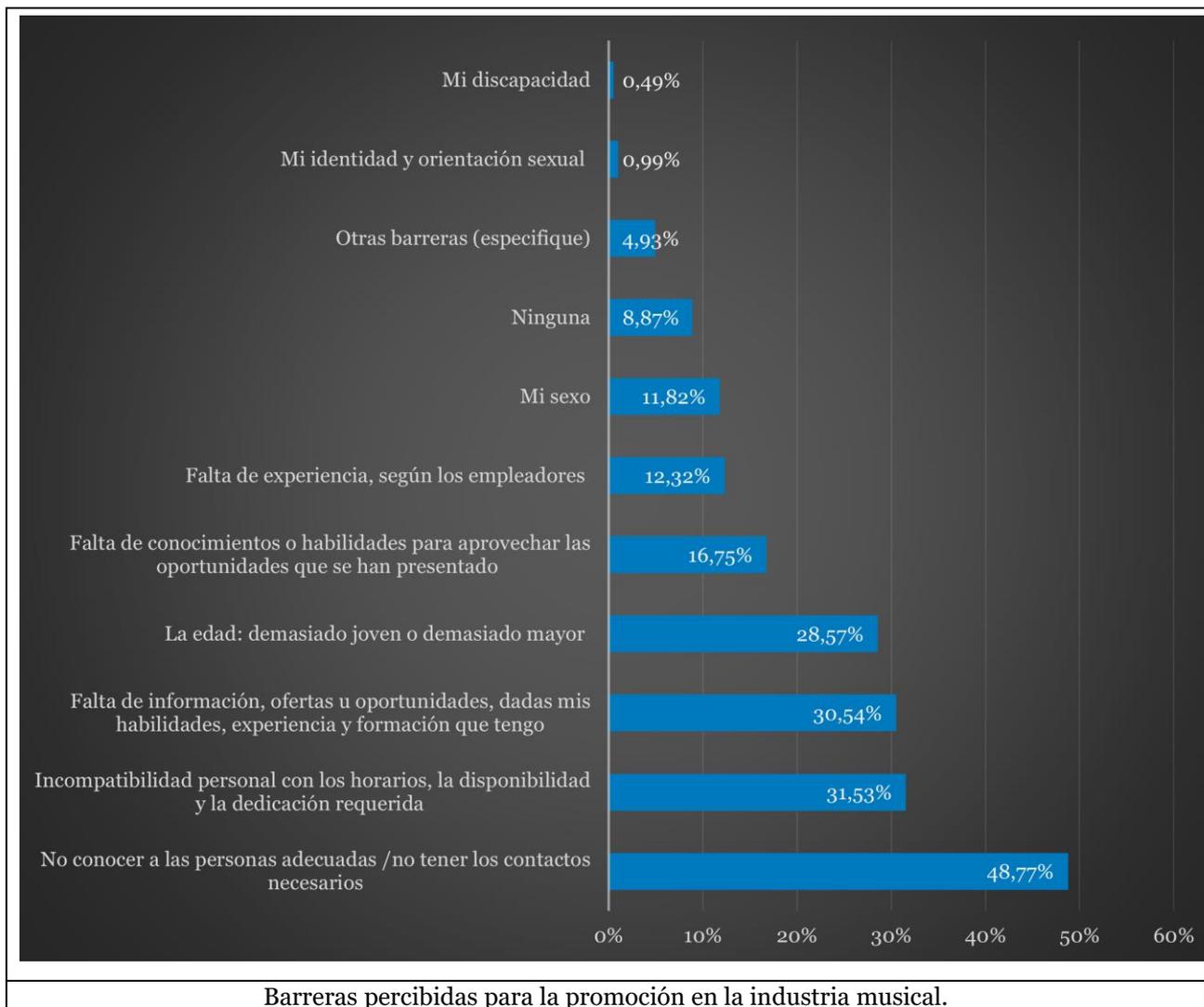
- Se observa que hay casos de *mobbing*, a través de experiencias de vacío por parte de colegas y superiores, a través de juicios de naturaleza sexista, negando el acceso a recursos para el desempeño de las funciones de trabajo cotidianas, o a través de la exigencia de tareas denigrantes y de ser objeto de rumores en su espacio de trabajo.
- Es bastante notable que muchas trabajadoras hayan experimentado que colegas o superiores se hayan apropiado de sus ideas o méritos en el trabajo, al tiempo que también han experimentado un exceso de carga de trabajo por su condición sexual.
- Pero no deja de ser menos preocupante que en casi un 16 % de los casos las trabajadoras hayan experimentado juicios verbales ofensivos en forma de ridiculización o incluso en forma de críticas sexistas y vejaciones o insultos, que un 5,9 % haya indicado que ha sufrido acoso laboral y que un 1,49 % de los casos haya padecido abusos o agresión sexual.

2.3.3. Expectativas en la carrera profesional

Partiendo de la presente situación que las trabajadoras experimentan en la industria musical, la mayoría —casi un 60 %— considera que aún no han alcanzado sus logros ni sus objetivos, y un 27 % considera que, aun habiendo alcanzado sus objetivos, aspiran a crecer más en su carrera:



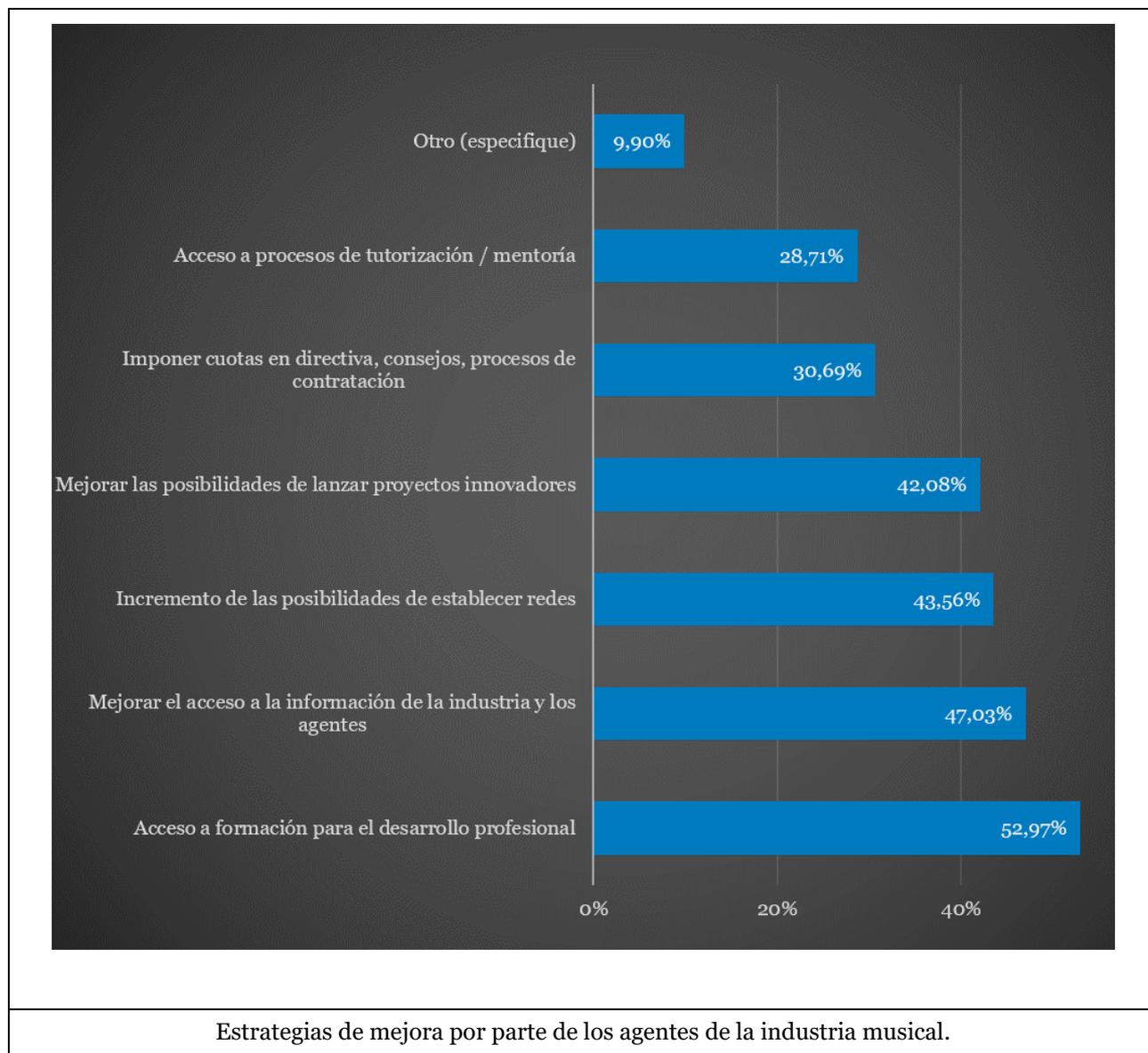
No obstante, son conscientes de que las barreras y experiencias negativas que han sufrido para alcanzar sus metas actuales son las mismas que se interponen actualmente en los planes de futuro para su carrera:



De este modo, la principal barrera percibida continúa siendo no poseer el capital social necesario como para encontrar mejores puestos de trabajo, pero le sigue la incompatibilidad personal —de vida social y familiar— con los horarios, la disponibilidad y la dedicación que los puestos de trabajo de la industria les exigen para su desempeño. También se es consciente de que la falta de información y de ofertas nuevas es un problema: de alguna forma se da a entender que hay una cierta idea de que la industria musical no es capaz de satisfacer todas las posibilidades de empleo para las cuales las trabajadoras están o pueden estar preparadas.

En el caso de la muestra de trabajadores, la principal barrera continúa siendo la de no conocer a las personas adecuadas (49,1 %), pero, en su caso, la barrera que tiene que ver con la conciliación con la vida social y familiar pasa a un quinto lugar, con el 16,9 % de los casos; mientras que el sexo solo es percibido como barrera en el 0,8 % de los casos.

Por este motivo, no es extraño que ante la pregunta de «qué pueden hacer los principales agentes de la industria musical para mejorar la carrera profesional de estas trabajadoras», ellas afirmen en primer lugar mejorar el acceso a la formación (52 %). De alguna forma, se da a entender que hay una brecha entre la formación que se alcanza y las necesidades que la industria tiene.



En segundo lugar, se apela a esa principal barrera experimentada, que tiene que ver con el capital social. Muchas mujeres consideran que los agentes que toman las decisiones en la industria musical no están al alcance de cualquiera, algo que debería remediarse mejorando el acceso a la información pertinente de la industria, así como a sus principales agentes. De esta forma, la necesidad de crear mejores redes sociales o un *networking* aparece también como una medida urgente para poder mejorar las opciones de una carrera profesional, y así cumplir con la cuarta medida: mejorar las condiciones que posibilitan lanzar proyectos

innovadores dentro de la industria. En este caso, la muestra de los trabajadores responde de forma muy similar, sin ninguna variación reseñable.

3. Grupos de discusión: una mirada cualitativa

Siguiendo los ejes del guion de los grupos de discusión, y a partir de las variables sociológicas que acabamos de definir como estructurales y relevantes para el estudio, hemos realizado el análisis del discurso de las mujeres profesionales mediante cinco ejes específicos:

1. Comprender el funcionamiento de la industria cultural como mercado laboral.
2. Explicar las trayectorias laborales y de promoción de las mujeres en la industria.
3. Comprender la organización social del trabajo de las mujeres en el contexto de la división sexual del trabajo reproductivo.
4. Identificar los elementos percibidos de discriminación laboral.
5. Recoger los posibles factores de cambio que las mujeres identifican como favorables y desfavorables para su trayectoria profesional.

Veremos que el punto 3 sobre conciliación laboral y familiar ha acabado siendo transversal en todos los apartados, al ser una realidad vinculada a los roles de género que afecta a todos los aspectos del mundo laboral.

3.1. Las condiciones laborales del sector musical en España

La **industria musical** se describe como un mercado flexible, con condiciones variables de regulación, que lleva a niveles variables de **profesionalización**: mayor en Barcelona y Bilbao, menor en Valencia, y disputado según sectores en Madrid.

La falta de profesionalización conlleva **precariedad**, que se asocia a desempleo, trabajo informal (sin contrato), sueldos bajos y a temporalidad.

Y en ambos lados creo que también es un tema de estructura social, mucha precarización. Yo por ejemplo ahora mismo estoy medio en el paro, medio colaborando en medios y demás, y no... Gente que a lo mejor trabaja en un bar por 700 euros, y a la vez quiere poner su granito de arena, y es muy difícil organizarse y llevar cualquier cosa adelante cuando tenemos que lidiar con los problemas de vida diarios de supervivencia (Valencia).

Las mismas profesionales hablan del mito del artista, que justifica el trabajo informal, sin contrato, o las actuaciones sin cobrar por el carácter artístico y vocacional de la industria musical.

Ya está bien [de seguir creyendo que] porque seamos artistas, porque estemos en el mundo de la farándula, estamos libres de todo mal, un zapatero se pone una zapatería en la esquina de su calle y tiene que tener todos los papeles (Madrid).

La precariedad dificulta el **reconocimiento profesional** de las mujeres, reforzado por la doble carga de la maternidad y del trabajo productivo. De hecho, la gran mayoría no son madres y lo justifican por considerar que se trata de una incompatibilidad con las condiciones laborales y sociales actuales.

Estaba por ahí, por casa, y tenía la TV de fondo, y es que me dio un ataque de risa, porque decían que España era el país con el índice de natalidad más bajo, o algo así. (voces y risas) Y acto seguido, es que acto seguido, dicen que el salario mínimo interprofesional no sé si estaba en 700 o no sé qué, y es que me dio un ataque de risa (Valencia).

Como decíamos, el reparto de roles en la sociedad genera una división sexual del trabajo, por lo que las responsabilidades familiares recaen en su mayoría en las mujeres, y es una realidad que construye las expectativas de hombres y mujeres. En el grupo de Madrid y de Barcelona se vincula la precarización a una diferencia de género en la construcción de expectativas laborales, y más específicamente de distintos estilos de vida. Las mujeres no querrían reproducir estilos de vida precarios y sometidos a ritmos laborales que no permiten disfrutar de una buena vida.

Es tan precario todo y tan mierda que al final decides que no quieres trabajar en eso porque es que realmente es de verdad inhumano. Yo no hablo de las que estamos en oficinas y tal, te hablo de los músicos, o sea, los músicos son el último mico en este sector y no se les tiene ninguna consideración. Yo pienso que a lo mejor puede ser que una mujer considere que está perdiendo el tiempo trabajando en esto (Madrid).

Las participantes que sí son madres refuerzan la existencia de esta doble carga al poner de manifiesto la rigidez del ideal de maternidad y los comentarios que las culpabilizan por ser madres profesionales.

Es un inconveniente ser mujer si más encima eres madre (...) la carga tiene que caer sobre ti y es un poco más difícil que te vayas de gira, que te vayas a Sudamérica con tu grupo, yo que tengo la posibilidad de hacerlo y siempre tengo que oír la frase “y tus hijas”, con lo que conlleva que, aunque este muy segura que mis hijas están estupendamente bien sí que

está en tu cabeza esta culpabilidad. Habrá de todo, pero...que como hombre no se le pregunta: ¿Oye, y tus hijas? (Madrid).

Así, más allá de la especificidad del sector musical, existe un amplio consenso en torno a la idea de que la desigualdad es un problema general que va más allá de lo profesional. Se apunta a **la conciliación familiar y laboral** como una de las causas de la precariedad en el sector y, más específicamente, a la reproducción de roles tradicionales de género, en la que las mujeres asumen **la maternidad** y demás **cargas familiares**. La reproducción de roles tiene una consecuencia clara a nivel profesional, y es la de construir **expectativas** de forma diferenciada para los hombres y las mujeres: los hombres priorizan el trabajo, mientras las mujeres se identifican con la figura de cuidadoras.

Como las mujeres, como la gran mayoría que conoces no tienen quizás este espíritu tan ambicioso, muchas amigas ya hablan de tener hijos, y casarse...Como que la vida se queda allí. Entonces claro, ni te lo planteas⁸ (Barcelona).

3.2. Las trayectorias laborales y de promoción de las mujeres en la industria

La **formación** y la **clase social** aparecen de forma secundaria. Sin embargo, resulta central en el discurso en torno a la **iniciativa individual** la tenacidad y el empeño en hacer lo que una quiere y en seguir adelante.

A través de machacar, machacar, machacar, demostrar, demostrar, demostrar, que tú has llegado aquí porque eres más válida que todo el mundo junto (Valencia).

En este sentido surge claramente una visión **meritocrática** de la trayectoria profesional: siguen adelante las mujeres más válidas y las profesionales de mayor calidad. Veremos que esta postura se matiza más adelante.

Sí, sí, que yo estoy dispuesta a aprender en esta vida lo que haga falta y lo que se me cruce por delante, por eso digo yo que es una cuestión mucho de actitud. Es mucho de actitud (Bilbao).

Las dificultades de **promoción** se identifican como centrales en la desigualdad entre hombres y mujeres. En este sentido, se apunta directamente a la masculinización de ciertos

⁸ Traducido del original: «Com que les dones, com que la gran majoria que coneixes no tenen potser aquest esperit tant ambiciós; moltes amigues ja parlen dels fills, i casar-se... Com que la vida queda allà. Llavors clar, ni t'ho plantejes».

sectores, como el técnico o el promotor discográfico, que fomenta una contratación segmentada y una menor visibilidad del trabajo de las mujeres que no ocupan cargos de dirección.

Este sector es totalmente masculino, los nombres que son relevantes o los nombres que se ven son de hombres no son de mujeres (Madrid).

Las **cuotas** no se consideran un mecanismo que solucione el problema del **techo de cristal**: por un lado, por el miedo a que sean medidas puntuales para algunos festivales o para el Día Internacional de la Mujer, pero que no resulten en una práctica habitual, sino en una estrategia de *marketing* dada la popularización del ideario feminista.

X: Es lo que pasó el 8 de marzo, que esos señores que están todo el año diciendo ‘no, en mis festivales no hay más mujeres porque es que no hay muchas mujeres en la música’, llega el 8 de marzo y te encuentran a todas horas, saben de sobra que hay mujeres músicas, pero no les interesa. Y ahora, que se ven en la necesidad porque estamos ejerciendo cierta presión en redes, lo hacen para cubrir el cupo. Entonces, buscan a cualquier mujer, en plan te llaman, ‘me da igual, no sé ni quién eres, no sé lo que tocas, me la suda, ¿puedes venir tú aquí con tu faldita para que se te vea?’

W: Y baratita.

X: Exacto, te pago mucho menos. O incluir a las mujeres a las 4 de la tarde. (voces) Medidas puramente cosméticas para aparentar esa igualdad que ahora te hace más socialmente deseable como festival (Valencia).

Por otro lado, la existencia de la discriminación positiva choca frontalmente con la meritocracia, que como hemos dicho es central en el discurso de las profesionales. Se apunta claramente al suelo pegajoso de las mujeres que renuncian a asumir plena responsabilidad en su carrera profesional, a ascender, en definitiva, que tienen menos aspiraciones profesionales que sus colegas masculinos. Las que sí se promocionan son las que rompen este patrón.

Yo miro a los lados y no hay más mujeres entonces ¿por qué no podemos llegar aquí? ¿Por qué? Porque nos han situado en determinados puntos y muchas veces más encima estamos felices de poder estar ahí. No, no hay que estar ahí, hay que estar arriba y ese tiene que ser nuestro objetivo estar arriba.

Y: Pues no sabría decirte, yo creo que es por la luchadora que llevo dentro (risas) (Bilbao).

Así, los factores que se consideran favorecedores de una **trayectoria laboral** con éxito son la **experiencia** (los años en el sector, que conllevan una mayor reputación y un conocimiento de la cultura laboral) y las **estrategias adaptativas** para ganar autoridad. Se trata de gestionar las reuniones que son un lugar central de reconocimiento laboral: se puede evitar que el compañero asista a una reunión o imitar el lenguaje y las formas de hacer masculinas con humor.

Cuando empezamos a trabajar con un grupo, yo ya empiezo a hacer que él no venga a las reuniones porque se dirigen a él. O sea, y sí, manejo el grupo del principio, y luego él negocia, las multis [las multinacionales], él hace todo lo demás, pero la que maneja el grupo soy yo y se dirigen a él, en los grupos de WhatsApp: “¿Y Leo qué dice?”...como que me da... Y al principio pensaba que era por la experiencia que tiene él, pero me he dado cuenta que no, que es porque es hombre (Madrid).

La primera vez que me metí en una reunión en una multinacional, el lenguaje que se utilizaba: «pongo mis pelotas en la mesa, la, la la» era todo un lenguaje...Que las únicas mujeres que estaban en eso, para estar a la altura tenían que ser más bastas que un bocata de pelos, tenían que decir: “porque yo tengo canas en el coño”, ¿sabes?, o sea en una mesa yo me quedaba así como... tenías que demostrar tu masculinidad todo el rato (Madrid).

3.3. Identificar los elementos percibidos de discriminación laboral

Se mencionan pocos casos de discriminación directa por mecanismos formales de promoción y, en cambio, se profundiza en las causas del techo de cristal. Concretamente, se perfila un problema de **legitimidad** del rol de mujer profesional: los hombres y las mujeres no adquieren el reconocimiento ni ganan autoridad de la misma forma.

X: Te enseñan a que, si has llegado, has llegado por casualidad, o porque tienes la pasta, no porque lo valgas (Valencia).

El tema del prestigio en los hombres se da por sentado, y las mujeres tenemos que adquirirlo, y es superinjusto⁹ (Valencia).

⁹ Traducido del original: «El tema del prestigi en els homes es dona per sentat, i les dones l'hem d'adquirir, i és súper injust».

Según las participantes, se trata de un hecho social que se enraíza en un problema cultural, de construcción de expectativas: como decíamos más arriba, existe una división por género de conocimientos, los hombres se asocian a la racionalidad, la tecnología y los géneros musicales «duros» (heavy, punk), mientras que las mujeres no son vistas como sujetos con identidades, gusto y criterio musical.

Se presupone que tú vas de prestado, que tus gustos son prestados, que tú no has formado una opinión propia sobre las cosas. Cuesta mucho que te tomen en serio, cuesta mucho que una opinión sobre un disco, sobre un concierto o tal, valga lo mismo que la de un tío, cuando tú puedes tener mucha más cultura musical... (Valencia).

No me toman en serio (Valencia).

Así, la falta de reconocimiento de las profesionales, que se considera el problema central en todos los grupos, apunta hacia **tres factores de discriminación indirecta** que deben pasar por procesos de cambio más o menos profundos. Primero, existe todavía una **cultura laboral machista** que valora de forma diferente a hombres y mujeres según atributos de género estereotipados:

A los hombres los tratan como profesionales y a las mujeres nos tratan como mujeres. (Bilbao).

Las mujeres se sienten claramente identificadas con una profesión que es **vocacional**, artística y de plena dedicación, por lo que en gran medida reivindican la calidad de su trabajo, a menudo mejor que el de los hombres, y una mayor exigencia:

En nuestro sector, como os decía, creo que como es tan vocacional, tanto hombres como mujeres hacemos, el concepto de horas extras no existe porque hacemos muchísimas... Es tan evidente que nuestra entrega al trabajo es brutal¹⁰ (Barcelona).

Por ponerle un valor porque me gusta lo que hago, porque creo que bueno (...) los que curramos en esto, hombres o mujeres (...) dentro o fuera del escenario, nadie está en este

¹⁰ Traducido del original: «En el nostre sector, com us deia, crec que com que és tant vocacional, tant homes com dones fem, el concepte d'hores extres no existeix perquè en fem moltíssimes... , és tant evident que la nostra entrega a la feina és tant brutal».

trabajo, en este sector obligado, o sea, nadie, pero da igual ¿eh?, desde el primer (...) cualquier sitio cualquier persona, cualquier puesto de trabajo, porque nos gusta. Es atractivo o nos gusta (Madrid).

Pero las participantes describen una cultura laboral en gran medida **masculinizada** y excluyente, por ejemplo, en sectores como el periodismo musical, la crítica o las reuniones de dirección de grandes discográficas. Apuntan a la distribución de tareas sexualizada (la mujer es la que hace de secretaria y apunta), a un determinado sentido del humor y a las dinámicas comunicativas que excluyen a las mujeres de lo que se habla en la reunión.

1: Sí, en mi empresa mitad y mitad... Y entonces, pasa una cosa que a mí me llevan a reuniones de decisión y de repente es una mesa con seis tíos de la empresa, de la industria y tal y tú eres casi como la que les vas a tomar notas... Y entonces es que para tomar una decisión es que ni te miran están ahí como sois tíos, ¿no?, y esas reuniones de trabajo que me da bastante pereza de ir a un sitio con seis hombres hablan de sus bromas y...

2: Hay un machismo ahí...

1: Esa es la sensación no es que yo achaque a ellos que sean unos machistas sino que ellos están súper cómodos con ese papel... están sus intereses ahí, tienen cincuenta y cinco años están súper cómodos con sus otros colegas que hablan de fútbol y se van a cenar y se echan unas risas y tú casi un poco sobras... (Bilbao).

La imagen dominante es la de hombre de mediana edad con experiencia, que choca con la mujer a menudo más joven, por haberse incorporado más tardíamente al sector, aunque no siempre sea así. Además, esta falta de valoración viene acompañada por una menor **visibilidad**, ya que se trata de una profesión basada en los contactos informales y las mujeres tienen más dificultades para entrar en las dinámicas de **networking**, en ser llamadas y en estar entre los nombres de los responsables de contratación y promoción en los distintos sectores.

Cuando ya haya mujeres empoderadas no te tenga que costar tanto encontrar sociólogas ni músicas ni creativas. Sin tener que explicar «no es que yo no soy la novia del que pinta», porque no sé si tú estás viendo que yo trabajo. Ese tipo de cosas que te desgastan y que al final no pasa nada y las asumimos. Que eso desaparezca lo antes posible (Bilbao).

Segundo, en el grupo de Valencia, y también en el de Madrid, aparece muy claramente la especificidad del problema de **la imagen** corporal, de la estética y de los cánones estéticos para las mujeres artistas.

Sí que recuerdo alguna vez que te haya llegado a los oídos “no, es que no sé quién te ha contratado, o está trabajando contigo porque estás buena”. Y es como, ya está, ahí es como tu trabajo, tu profesión, todo lo que tú eres, eso no tiene nada que ver, solo tiene que ver que estás buena, y que tienes tatuajes y no sé qué, no sé cuántos (Valencia).

Yo tenía que pasar un montón de exámenes hasta que se me considerara una rockera de verdad. Porque es así, porque un tío se pone una camiseta de Iron Maiden y ya es un heavy, y una tía tiene que vivir en esta condición de examinada, porque después te das cuenta de que es un truco, que el examen final nunca llega, que como mujer vives en la condición de examinada, y es un examen, es un título, que tienes que revalidar constantemente¹¹ (Valencia).

Aunque existe la conciencia de que ser artista implica cuidar la imagen, se afirma que en el caso de las mujeres existe una mayor sexualización.

De verdad os los juro, todos los días de mi vida pienso que no soy suficientemente guapa para tener una carrera musical (Madrid).

Y también existe una menor credibilidad asociada a estereotipos de género, como la que la mujer es el acompañante del hombre.

Está el caso de que Björk, el último disco lo produjo ella y le pidió unas bases a Arca, toda la prensa que yo he leído “disco producido por Arca” ella se enfadó tanto que dijo “no, he sido yo la productora y estos tíos me han mandado una bases”, el tema está tan feo que yo tengo artistas chicas, una en concreto, no me voy a cortar, voy a decir es Soledad (...) Soledad Vélez dice que jamás se va a liar con un músico, porque en el momento en el que se líe con él van a decir que él le hace las canciones, que aunque me líe con un bajista que no hace nada, que no es compositor, al final van a decir “desde que está con él se nota su mano tal y cual” (Madrid).

¹¹ Traducido del original: «Jo havia de passar una montonà d'exàmens fins a que se'm considerara rockera verdadera. Perquè és així, perquè un tio es posa una samarreta d'Iron Maiden i ja és un heavy, i una tia ha de viure en eixa condició d'examinada, perquè després te n'adones que és un truco, que l'examen final mai aplega, si no que com a dona vius en la condició d'examinada, i és un examen, és un títol, que has de revalidar constantment».

En los grupos de discusión de Barcelona y Bilbao este problema no surge tan claramente por dos motivos: por la mayor profesionalización, y por la misma composición de los grupos, que incluía menos artistas (aunque sí había). Sin embargo, sí que aparece la imagen estereotipada de determinadas profesiones masculinizadas, como es el caso del sector técnico:

A mí me dejaron en la puerta del matadero diciendo que las azafatas hasta las 8 de la tarde (...) X: O que eres fan también. Que las fans aquí no entran (risas) (Madrid).

Tercero, **los comentarios**, en forma de bromas, juicios de valor o preguntas, aparecen asociados a este ambiente masculinizado, que excluye y, sobre todo, que menoscaba la confianza que las profesionales tienen en su trabajo y en su capacidad para intervenir en reuniones y ser escuchadas por sus colegas.

X: Si haces esto te dicen “es que estás con la regla...”.

g: Pero es que no te toman en serio, no te toman en serio. Y te estás enfadando y están como medio sonriendo, ay mira.

X: Claro, y encima “esta hoy vieneeee...” (Valencia).

Ponen de manifiesto que, en igualdad de condiciones, en un trabajo en equipo o en reuniones, se escucha preferentemente a sus colegas masculinos.

O componiendo, en temas de producción. De decir “yo aquí pondría no sé qué”. “¿Ostras, pero tú crees?”. Quiero decir, enseguida le escuchaban mucho más a él que a mí¹² (Barcelona).

Los comentarios llegan a incluir menciones a la posibilidad de que las mujeres se queden embarazadas, una clara muestra de la interferencia de los roles de género en el reconocimiento profesional.

Pero es que en la música clásica ahora están obligados a hacer audiciones en una sala cerrada, porque, si no, si veían a una mujer no la cogían. Porque decían, “se quedará embarazada” o yo qué sé y no la cogemos¹³ (Barcelona).

¹² Traducido del original: «O composant, en temes de producció. De dir “jo aquí posaria no sé què”, “Ostres, però vols dir?” Vull dir, que de seguida l’escoltaven molt més a ell que a mi».

¹³ Traducido del original: «Però és que a la música clàssica, ara estan obligats a fer les audicions amb sala tancada, perquè si no, si veien una dona no l’agafaven. Perquè deien, es quedarà embarassada o jo què sé i no l’agafem».

Sin embargo, en todos los grupos aparece también la reivindicación del **feminismo de la diferencia**: es decir, la idea que hombres y mujeres piensan, hacen y se expresan de forma distinta, y que esto tiene consecuencias en la forma de trabajar, en la creación de distintas culturas laborales.

Este discurso toma formas más o menos **naturalizadas**, según los grupos: en Barcelona y en Bilbao, la raíz de la diferencia se encuentra claramente en los procesos de socialización que lleva a roles distintos y, por lo tanto, se priorizan los factores culturales y los valores que se transmiten en la familia y en la escuela.

Cuando tú eres hombre, desde el principio te están como direccionando hacia ahí, ¿no? Para ser mujer y querer llegar a un puesto directivo con tu idioma, con tu máster, con tu no sé qué, hay personas que desde que son pequeñitas se les está diciendo “tú vas a ser, a poder, tú vas a poder llegar lejos, tú vas a ser tal”, a las mujeres no las educan así. Es una cuestión de base, de educación. Mi madre es una persona muy clásica y aunque ella nunca me ha dicho “no hagas esto” tampoco me ha empujado (Bilbao).

En Madrid se produce un debate interesante que muestra un cambio generacional: las participantes de más edad justifican las diferencias a partir de diferencias biológicas y neuronales de partida, mientras que las jóvenes se distancian de este discurso.

-Yendo a la parte práctica, la ventaja de ser mujer en esto y en todo es la capacidad de absorber que tenemos (...) todo, todo, todo, y lo podemos hacer (...) y bueno pues ellos no lo hacen a nivel doméstico, o sea, en general no tienen la capacidad de llevar mil agendas y mil historias.

-En cuanto a capacidades, cada uno tiene unas, da igual que seas hombre, da igual que seas mujer, el cerebro es algo que va aparte, otra cosa es cómo quieras tú utilizarlo.

-Yo tengo ciertas desventajas en mi sector, porque a nivel físico por más que yo quiera yo no voy a crecer más, ya no voy a tener más de “x” cuerpo. Pero creo que es indiferente totalmente el sexo a la capacidad de organización, o sea, creo que lo que pasa es que estamos muy mal educados (Madrid).

El grupo de Valencia, quizás por ser, como ya hemos dicho, el más precario, localiza las diferencias en el eje de clase o, más concretamente, en una sociedad capitalista que explota sus trabajadoras:

Y en ambos lados creo que también es un tema de estructura social, mucha precarización, yo por ejemplo ahora mismo estoy medio en el paro, medio colaborando en medios y

demás, y no... Entonces al final, mi situación, veo que se repite mucho también con otras personas. Gente que a lo mejor trabaja en un bar por 700 euros, y a la vez está haciendo no sé qué, y a la vez quiere poner su granito de arena, y es muy difícil organizarse y llevar cualquier cosa adelante cuando tenemos que lidiar con los problemas de vida diarios de supervivencia (Valencia).

3.4. Recoger los posibles factores de cambio que las mujeres identifican como favorables y desfavorables para su trayectoria profesional

Dada la existencia de estos roles de género, asociados a atributos diferenciales, ¿qué se puede hacer para cambiar la situación actual y avanzar hacia la igualdad? Las participantes de los cuatro grupos han hecho propuestas que van más allá de la igualdad de sueldos, que consideran que ya se dará como consecuencia de **cambios más profundos**.

En primer lugar, lo más aparente es la progresiva **feminización** de la industria. Por un lado, se espera que este proceso no implique necesariamente cuotas, siguiendo el discurso meritocrático que decíamos más arriba; pero, por otro lado, también se reivindica la necesidad de no conformarse con ser una minoría y con llegar al 50 % en todos los sectores. Solamente así se considera que es posible llegar a la paridad real, más allá de los casos de excelencia.

Es decir, ¿por qué el mediocre tiene que ser un hombre? Pues que pueda ser una mujer la mediocre también¹⁴ (Barcelona).

Dada la centralidad del *networking* en la cultura laboral de la industria musical, las participantes consideran crucial la existencia de **mentoras**, figuras pioneras que sean un ejemplo para las que empiezan.

Yo me acuerdo de pequeña, no había absolutamente nadie en las jams, en los conciertos, claro, y una mujer que cantara, y que tocara un instrumento de viento, no tenía ningún referente, y yo lo recuerdo todo como una cosa mental, ¿no? O sea, evidentemente, así específico no te diría algo, pero creo que hay una carga que tenemos las mujeres artistas

¹⁴ Traducido del original: «És a dir, per què el mediocre ha de ser un home? Doncs que pugui ser la dona la mediocre també».

que nos tenemos que trabajar mucho. Bueno, y si te lo vas trabajando, vas superando obstáculos mentales¹⁵ (Barcelona).

Las iniciativas, como la realización de listas públicas de expertas y referentes, se consideran iniciativas positivas, pero no suficientes.

X: Y, de hecho, nosotros lo decimos siempre, si hay un grupo que les parece tal, hay otro equivalente en mujeres, siempre, siempre lo hay, siempre. (Valencia).

X: Pero esto luego no pasa nada, porque por ejemplo el Montgorock de Xàbia, que el organizador es amigo mío, cuando él empezó a organizarlo, él repetía los mantras que había aprendido en el entorno de otros hombres que programaban festivales, “es que los grupos de mujeres no son rentables”, y yo “mira, no me jodas”, le pegué tal chapa, que después de tres ediciones, acabó incluyendo cada vez más mujeres, y este año ha hecho un cartel paritario. ¿Y sabéis qué ha pasado? Nada (risas). Ha ido la misma gente, ha ganado el mismo dinero y ya está. De hecho, cuando empezó a buscar grupos de tías, estaba sorprendidísimo, “oye, hay un montón de grupos de tías”. ¿Pues no te lo estoy diciendo desde hace tres putos años? Y este año ya está (Valencia).

La feminización no solamente se plantea en términos de **presencialidad**, sino de **distribución de tareas**, ya que existe la reproducción de roles tradicionales de género también en los mismos entornos de trabajo:

¿Por qué son los hombres los que siempre van a todos los meetings y el resto de mujeres que curramos en la empresa nos quedamos cogiendo el teléfono en la oficina?¹⁶ (Barcelona).

Por lo tanto, y en segundo lugar, la feminización que contrarresta la masculinización provocaría un cambio en **las formas de autoridad**, que se colectivizan y se constituyen en alternativas al individualismo masculino hegemónico. Se trata de una nueva forma de dirigir y trabajar. Esta propuesta se da tanto entre las participantes más jóvenes, que se

¹⁵ Traducido del original: «Jo recordo de petita, és que no hi havia absolutament ningú a les jams, als concerts, clar, i una dona que cantés, i que toqués un instrument de vent, no tenia cap referent i jo recordo tot una cosa mental, no? O sigui, evidentment, així específic no et diria algo, però crec que hi ha una càrrega que tenim les dones artistes que hem de treballar-nos-ho molt. Buenu, i si t'ho vas treballant, vas superant obstacles mentals».

¹⁶ Traducido del original: «Per què són els homes els que sempre van a tots els meetings i la resta de dones que currem a l'empresa ens quedem agafant el telèfon a l'oficina?».

identifican con un cambio de estilo global que implica compartir piso, etc., como entre las de más edad, que con una trayectoria consolidada se sienten legitimadas para constituirse en autoridad feminizada.

Mientras hemos estado construyendo la casa, que necesitábamos dinero, y era como una necesidad, hemos estado en trabajos de mierda, y en el momento que acabamos la casa, de repente todas estamos trabajando de puta madre, porque la seguridad que nos ha dado el colectivo y el grupo ha hecho, ha permitido, que si me sale un trabajo de mierda, que se lo metan por el culo. ¿Sabes? Que yo ya tengo tiempo, y seguridad y tranquilidad, para poder buscar (Valencia).

Y ahora yo me estoy permitiendo feminizarme en muchísimas actitudes, en muchísimos comportamientos. Lo estoy haciendo ahora, casi a mis cincuenta años. Me lo permiten, antes no se permitía, ahora creo que una de las ventajas es poder dirigir de forma femenina, es una forma de dirección y tiene que ser realista, es diferente. Diferente, que nuestra forma de trabajar es muy distinta a la de ellos, no sé por qué, pero lo es. Ahora sí podemos permitirnos a nuestra edad tener roles femeninos que están bien vistos y no importa (Madrid).

En tercer lugar, el proceso de feminización profesional debería ir acompañado, según las participantes, de **un cambio de mentalidad** mediante la educación en valores no patriarcales.

O sea, para que haya una igualdad, en el buen sentido de que, ya no hablo de salario que eso evidentemente ya vendría, pero sobre todo por una cuestión de mentalidad, porque es agotador (Bilbao).

Se necesita la visibilidad para nuevas generaciones para eso de que vean que eso que hay un técnico de sonido que es una mujer hasta que llegue el punto de que nadie vea si es una mujer o es un hombre o es una rana el que está arriba del escenario... (Madrid).

Existe la conciencia, especialmente en los grupos de Barcelona y Valencia, de que este cambio pasa por una redistribución de las tareas materiales de cuidado:

Tenemos que cambiar un poco la mentalidad, quiero decir que los hombres también pueden encargarse de muchas cosas, y eso facilitaría que pudiera haber más mujeres haciendo más cosas¹⁷ (Barcelona).

Yo creo que el secreto para hacer una sociedad mejor es el sistema de valores, que las mujeres tenemos por naturaleza otros valores, y los que se han impuesto, estos valores más de eficiencia, de rendimiento, que son más masculinos...¹⁸ (Barcelona).

Existe otro nivel de cambio más global, que pasa por cambiar no solamente la esfera de la producción, sino la del consumo. Si estamos poniendo de manifiesto que el problema del reconocimiento va vinculado a un problema cultural y educativo, de construcción de expectativas y de estereotipos, queda claro que es necesario cambiar también la forma de ver a los públicos.

Que se valore la cultura para empezar. Que no te pregunten si un concierto que vale 8 pavos lleva cubata. Incluso otra cosa, si no tenemos medios para sobrevivir, ¿cómo vamos a consumir cultura? Si no consumimos cultura, nos dicen que no somos consumidores de cultura, y hacen cultura para ellos. Y nosotros somos el último mono siempre, o hacemos como que estamos encasilladas, creo yo. O sea, que no nos encasillen con qué clase de cultura queremos, porque es como literatura para mujeres, música para mujeres (Valencia).

Finalmente, se plantea la posibilidad en todos los grupos de cambiar la misma estructura de producción, por lo que tanto hombres como mujeres son responsables y se beneficiarían de ello. Una mayor regulación y a la vez un cambio en las estructuras de organización laboral y de formas de autoridad.

Siendo que aún la escena no es muy grande, si nos juntásemos igual podríamos marcar las reglas del juego. Decir, bueno, pues a partir de ahora resulta que esto es lo que tiene que cobrar, o sea, porque es un mundo muy desigual, y yo creo que muchos de los problemas que sufrimos lo sufren los hombres también. O sea, vamos a buscar un sistema que sea más justo, más igualitario, que permita vivir de la música. Empezar las reglas del

¹⁷ Traducido del original: «Hem de canviar una mica la mentalitat, vull dir que els homes també es poden fer càrrec de moltes coses, i això facilitaria que poguéss haver-hi més dones que poguessin fer més coses».

¹⁸ Traducido del original: «Jo crec que el secret per fer una societat millor és el sistema de valors, que les dones comptem per naturalesa d'uns altres valors, i els que s'han imposat, aquests valors més d'efectivitat, rendiment, que són més masculins...».

juego ante grandes productores que son los que tienen las reinas ahora mismo, yo creo (Valencia).

4. Conclusiones

- El perfil de la mujer en la industria musical con el que nos hemos encontrado a partir de la investigación es el de una mujer joven adulta (entre 30 y 40 años), que no es madre (en un 74 %), con alta formación y conocimiento de idiomas, que trabaja a jornada completa, por cuenta ajena (en un 47 %), una vida laboral de 15 años o menos (en un 56 % de las encuestadas), que reside fundamentalmente en Madrid o Barcelona (en un 78 % de los casos) y con una sobrerrepresentación en los perfiles laborales relacionados al *marketing* y las relaciones públicas. Pero también con representación de otros perfiles laborales relacionados con la administración, la logística y la gestión, tanto en salas de música en directo como en festivales. Además, se observa un claro componente vocacional en las encuestadas.
- La industria musical se presenta con una estructura precaria: sueldos medios (en el caso obtenido de las mujeres) que rondan los 16.800 €: muy por debajo de la media salarial nacional tanto para hombres como para mujeres; elevada temporalidad, donde no hay muchos casos de largas trayectorias en la industria ni en puestos de trabajo, dada la vida laboral declarada; exigencias y requerimientos de tiempo y dedicación un poco más elevados de lo que exige una jornada laboral estándar; y con una estructura de relaciones de producción que no favorece una conciliación familiar.
- Esta precariedad afecta a todas las mujeres, pero más cuanto más jóvenes son. Si bien la maternidad ha sido percibida como un obstáculo más por madres que por mujeres que no lo son, observamos que en ambos casos se percibe que la conciliación con la vida social y familiar es un escollo dadas las condiciones laborales y los requerimientos de los puestos de trabajo desempeñados. Además, observamos también que el reparto de roles de género dentro del hogar, que en lo relativo al cuidado recae en ellas según la experiencia relatada, genera una división sexual del trabajo que afecta a las expectativas laborales.
- La industria musical presenta un claro techo de cristal. Según la Unión Fonográfica Independiente solo el 14 % de las compañías independientes están dirigidas por mujeres. Además, y en la encuesta realizada a las empresas de cuatro asociaciones (APM, ARTE, AEDEM y PROMUSICAE), los cargos de presidencia están ocupados en un 37 % por mujeres frente a un 63 % por hombres. En el caso de los tres grandes sellos discográficos las tres presidencias están ocupadas por hombres.
- La edad, ser demasiado joven o demasiado mayor, se aprecia como una de las principales barreras experimentadas para el acceso al puesto de trabajo.

- Esta falta de mujeres directoras o emprendedoras viene marcada por el llamado *sticky floor* o suelo pegajoso. Las mujeres siguen a jornada completa y no modifican su puesto de trabajo, por lo que no asumen cargos de mayor responsabilidad y parecen renunciar a estrategias de promoción. Además, tanto en los grupos de discusión como en la encuesta, se presenta la conciliación familiar y la precariedad como dos de las causas que producen este estancamiento.
- Factores como la maternidad, el salario, la formación, la posición ocupada de partida y la ayuda en las labores domésticas del cuidado por parte de los cónyuges son factores que influyen en el desarrollo cotidiano de la carrera profesional, así como en las expectativas de futuro, sobre todo en lo relativo a la promoción.
- Así, los factores que se consideran favorecedores de una trayectoria laboral con éxito son la experiencia (los años en el sector, que conllevan una mayor reputación y un conocimiento de la cultura laboral) y las estrategias adaptativas para ganar autoridad.
- En la encuesta se apela a la formación, la transparencia de información y al *networking* como elementos clave para transformar la realidad de las mujeres de la industria. En los grupos de discusión se destaca de manera importante la meritocracia y la aspiración de llegar a un punto de equilibrio donde la progresiva feminización del sector acabe ocupando los puestos de dirección. Las cuotas no se consideran el principal mecanismo que solucione el problema del techo de cristal, aunque es mencionado por un 30 % de las encuestadas.
- Otro elemento clave señalado sería la transformación de la cultura laboral, considerada todavía machista, que valora de forma diferente a hombres y mujeres según atributos estereotipados:
 - La imagen dominante es la de un hombre de mediana edad con experiencia, que choca con la mujer a menudo más joven, por haberse incorporado más tardíamente al sector. Además, esta falta de valoración viene acompañada por una menor visibilidad, ya que se trata de una profesión basada en los contactos informales, y las mujeres tienen más dificultades para entrar en las dinámicas de *networking*, en ser llamadas y en estar entre los nombres de los responsables de contratación y promoción en los distintos sectores.
 - Los comentarios, en forma de bromas, juicios de valor o preguntas, aparecen como algo asociado a este ambiente masculinizado, que excluye y, sobre todo, menoscaba la confianza que las profesionales tienen en su trabajo y en su capacidad para intervenir en reuniones y ser escuchadas por sus colegas.

Además, llegan a incluir menciones a la posibilidad de que las mujeres se queden embarazadas, una clara muestra de la interferencia de los roles de género en el reconocimiento profesional.

- Se presenta como necesaria la creación de un censo oficial de trabajadores, trabajadoras y empresas del sector musical. Esta herramienta permitiría hacer un seguimiento y una evaluación sistemática de la transformación de la diversidad del sector a partir de la aplicación de diferentes políticas.

5. Notas metodológicas

5.1. Diseño metodológico de encuesta online a profesionales de la industria

Ante la falta de un censo en España sobre los trabajadores y las trabajadoras de la denominada industria musical, nos encontramos con la dificultad de poder acceder a un universo poblacional (población de difícil acceso o *hard to reach*) desde el cual extraer una muestra a través de las técnicas del muestreo aleatorio simple o cualquier otra técnica de muestreo probabilístico. Por ello, optamos por elaborar una encuesta abierta, distribuida electrónicamente a través de correo electrónico, Twitter, Facebook e Instagram. También hemos hecho uso de la red de contactos que la Asociación Mujeres de la Industria de la Música posee a través de las diferentes empresas en las cuales sus miembros trabajan y han desarrollado su actividad profesional en los últimos años, dentro de los ámbitos de la producción, la grabación, la música en directo, la representación, *booking* y otras actividades relacionadas con la producción musical en estudio y en directo, la difusión, la distribución y la venta.

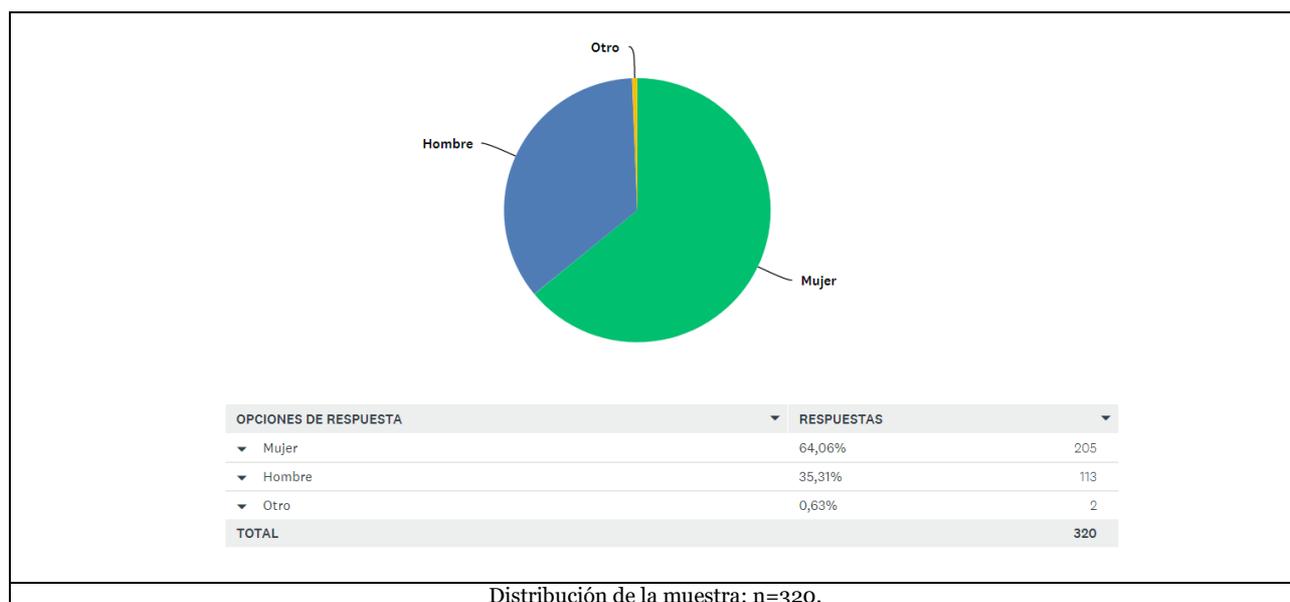
De este modo, y a tenor del objetivo principal de la presente investigación, que es conocer la situación y las experiencias de la mujer en tanto que trabajadora del sector que engloba las actividades productivas musicales, nos hemos encontrado con la necesidad implícita de aproximarnos también al descubrimiento y la definición estadística de este universo de población oculta que podemos llamar trabajadoras de la industria musical. De manera que la encuesta realizada acomete una doble función, y la muestra obtenida nos define así tanto el contorno social y sociológico como las experiencias laborales vividas dentro de esta industria.

Hemos seguido una estrategia de análisis de redes sociales y documentos extraídos de fuentes secundarias con el objetivo de elaborar un marco de muestreo representativo del sector. Gracias a ello, hemos podido acceder de esta manera a más de 90 empresas de España y 1250 trabajadores y trabajadoras cuya actividad se engloba en este ámbito de la industria musical. También hemos entrado en contacto con trabajadoras autónomas, *freelance* y otras modalidades de actividad económica quienes, a su vez, nos han ayudado a difundir la encuesta a través de sus contactos —implementando con ello de forma conjunta la tradicional técnica de bola de nieve (Baltar y Gorjup, 2012; Verd y Olivé, 1999)—. Con todo ello, hemos podido constituir un marco de muestreo capaz de dar a toda unidad

estadística de este universo de descubrimiento una probabilidad no nula de ser seleccionada (Clairin y Brion, 2001).

El método utilizado ha consistido en identificar a empresas y trabajadoras relacionadas con la actividad musical a través de redes sociales. Después nos hemos puesto en contacto a través de las mismas redes o por correo electrónico, y les hemos pedido no solo que completaran la encuesta sino también que la distribuyeran a sus contactos personales dentro de sus círculos de relaciones profesionales. En una segunda instancia nos pusimos en contacto con las empresas y los contactos obtenidos a través de la Asociación de MIM, así como de asociaciones conocidas y colaboradoras de esta primera para, de nuevo a través del correo electrónico, pedirles que cumplimentaran la encuesta y que la distribuyeran entre sus allegadas.

En el caso del contacto con empresas que tuviesen tanto a trabajadoras como a trabajadores, y en pos de evitar cualquier sesgo de género en las respuestas al presentar la investigación como una indagación sobre la situación de la mujer en la industria musical (y no del hombre), se pidió que ambos sexos respondiesen a la encuesta. No obstante, siempre aparece como necesario poder realizar una comparación entre hombres y mujeres para comprobar las diferencias entre experiencias y situaciones dentro de la industria, y con ello observar también si hay factores de desigualdad social, sociológica y simbólica entre mujeres y hombres. Con esta doble necesidad, procedimos a elaborar una muestra de hombres que trabajan en el mismo campo. No obstante, dados los requerimientos de tiempo, la muestra obtenida en el caso masculino no es proporcional al del caso femenino, lo que nos impide realizar comparaciones exhaustivas.



En total obtuvimos una muestra de 320 respuestas de una población oculta —desconocida— que, en función de nuestras investigaciones iniciales, estaría conformada por al menos 1250 personas (n=1250) en la que había una mayoría de trabajadores que de trabajadoras.

Huelga decir que el cumplimiento de la encuesta era voluntario, luego las respuestas pertenecen a personas que realmente tenían algún tipo de interés en contestar a la cuestión inicial con la que se presentó, dadas las cuestiones de sesgo sociocultural por el que la pregunta original se pudiese ver afectada: un estudio para conocer la situación sociolaboral de los trabajadores y de las trabajadoras de la industria musical. Si tenemos en cuenta los estudios que muestran la existencia de lo que podemos denominar como injusticia hermenéutica e injusticia testimonial (Fricker, 2007), es decir, la dificultad de las mujeres para expresar —y con ello tomar conciencia y romper con— las situaciones y experiencias de desigualdad e incluso de violencia, tanto por su condición de dependencia y su posición social, como por el miedo o la inseguridad a ser tratada de forma más injusta por parte de su círculo social —entrando así en una espiral de silencio—, podemos asumir que las experiencias aquí encontradas y recogidas son, cuando menos, las situaciones mínimas de un mínimo de personas que se atreven a contar las experiencias negativas dentro de su ambiente laboral (Roco et al., 2013; Hirigoyen, 1999, 2001; Escudero, 2005).

Partiendo de la premisa de que toda opinión recabada mediante una entrevista o un cuestionario nace, en primera instancia, de la forma en la que se pregunta (Bourdieu, 1973), elaboramos una batería de preguntas que nos permitiese realizar una fotografía de la estructura social de una posible relación desigual entre hombres y mujeres; una batería de preguntas que en todo momento fue tamizada por la opinión de la Asociación MIM. Para elaborarla nos centramos en descubrir los siguientes objetivos:

- En primer lugar, cuál es la distribución de las posiciones funcionales ocupadas por las mujeres dentro de la industria musical, cómo es la relación contractual desde la que se ejerce la actividad, el cargo o puesto de trabajo —el tipo de funciones desempeñadas, así como el grado de responsabilidad en la toma de decisiones—, la remuneración percibida, la jornada laboral y el pluriempleo.
- En segundo lugar, tratamos de descubrir la situación desde la cual se desempeñan las funciones indicadas como la edad, el estado civil, la familia, pero también la dedicación y disponibilidad requerida por el puesto desempeñado, los años trabajados, la formación alcanzada o la movilidad.
- En tercer lugar, las expectativas que hay cara a un futuro profesional —relativo a un conjunto de funciones particulares— y laboral —expectativas de empleabilidad. Estas

cuestiones tienen que ver más con la cuestión de la percepción y la imagen subjetiva de la persona.

Descrita esta estructura desde la cual las trabajadoras actúan cotidianamente en sus labores profesionales, entendemos que las personas pueden llegar a asumir desde los roles desempeñados su posición social, sus funciones, así como el lenguaje predominante en esas esferas como algo natural, no cuestionado o incuestionable. Por eso, uno de los principales problemas al cual nos enfrentamos es determinar el grado de reconocimiento de desigualdad o igualdad que experimenta la mujer dentro de la industria musical; este reconocimiento como mujer posee una determinada cualificación, unos conocimientos y ejerce o desempeña unas determinadas funciones, también de autoridad, tanto dentro de su ámbito profesional como fuera, y cómo esas dos cosas se afectan entre sí. De aquí que hayamos planteado también de una forma directa cuestiones sobre la percepción real de la desigualdad, la discriminación e incluso la violencia dentro del ambiente laboral.

5.2. Diseño metodológico de grupos de discusión

Objetivo general: Conocer la opinión de las mujeres que trabajan en la industria musical española, residentes en Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao, sobre su trabajo y su relación con la vida cotidiana.

Variables estructurales: nivel de estudios, años de experiencia profesional, categoría profesional, tipo de contrato, tipo de jornada, maternidad y edad.

Distribución de los grupos:

G1: mujeres con contrato indefinido, adultas jóvenes (20-40 años), 50 % con nivel de estudios universitarios, 50 % madres.

G2: mujeres con contrato temporal o autónomas, adultas jóvenes (20-40 años), 50 % con nivel de estudios primarios o secundarios, 50 % madres.

G3: mujeres con contrato indefinido, adultas mayores (40-60 años), 50 % con nivel de estudios universitarios, 50 % madres.

G4: mujeres con contrato temporal o autónomas, adultas mayores (40-60 años), 50 % con nivel de estudios primarios o secundarios, 50 % madres.

Guion del grupo de discusión

1. ¿Qué ventajas e inconvenientes tiene para ti ser mujer en la industria musical?

Percepciones y valoraciones subjetivas de la condición femenina en este sector profesional.

- Los roles creativos y de gestión que ocupan las mujeres en la industria musical y diferencias existentes con los hombres.

- La distribución por áreas: promoción y *marketing*, producción de eventos, agentes y administración suelen estar feminizadas; las posiciones ejecutivas y de dirección, ventas, composición y producción suelen estar masculinizadas.

2. ¿Qué factores, laborales, sociales y culturales en un sentido amplio crees que tienen un impacto más evidente en vuestras carreras profesionales?

- La importancia de la formación y de los años de experiencia.

- Trayectorias de promoción y el techo de cristal: quién ocupa los cargos de responsabilidad en cada área profesional.

- El acceso a mentores y contactos informales (*networking*).

- La desigualdad salarial.

- La cultura laboral.
- Las cargas familiares.
- La precariedad y flexibilidad de las condiciones de trabajo (temporalidad/financiación/sueldos).

3. ¿Recibís el mismo reconocimiento profesional que vuestros colegas hombres tanto por parte del mismo sector como por parte del público?

-El protagonismo de las mujeres como letristas, compositoras, cantantes (solistas, duetos, grupos, ópera), directoras de orquesta, compositoras de bandas sonoras de cine o televisión.

- La existencia de figuras conocidas en producción o agentes.

-Los jurados de premios, la programación de festivales, las figuras mediáticas como críticas, locutoras o periodistas musicales de revistas, radio, televisión, prensa diaria y especializada.

4. ¿Cómo afecta tu trabajo a tu vida cotidiana? ¿Cómo organizas tu tiempo en función de tu jornada laboral, tus responsabilidades y las demandas de tu puesto?

Se trata de ver la organización social del trabajo en términos sexuados, ver las tensiones existentes entre los tiempos de trabajo productivo, reproductivo y no trabajo.

Es importante analizar:

- Distribución horaria según tipo de contrato, tipo de jornada y cargos.
- Presencias y ausencias en su discurso.
- La dinámica organizativa de sus tiempos: hasta qué punto se negocia con el trabajo o con la familia.
- La conciencia de una determinada cultura laboral.
- Ver comparaciones con sus colegas y familiares masculinos.

5. Si tuvieras total libertad para escoger tu puesto y condiciones de trabajo, ¿qué cambiarías?

Sirve para recoger propuestas e identificar los factores de discriminación.

- Los tipos de puestos, condiciones y horarios deseados y los motivos de justificación.
- Las expectativas de cambio social en la organización laboral.
- La construcción de la identidad en términos vocacionales-laborales-familiares.

6. Opcional si no sale ya espontáneamente en el discurso: ¿Te has encontrado con

experiencias de discriminación en el trabajo por ser mujer?

Composición final de los grupos realizados

	Barcelona	Madrid	Valencia	Bilbao	TOTAL
Discográficas	1	2	3	1	7
Director-gestión	2	3	5	1	11
Periodistas-técnicas	2	5	3	1	11
Artistas	1	2	4	1	8
TOTAL	6	12	15	4	37

1. En términos estructurales, se consiguió homogeneidad por edad, nivel de estudios y situación laboral, con un cierto mayor peso de la experiencia en Madrid, y más juvenil en Valencia.
2. La situación contractual es más precaria (más temporalidad) en Valencia, que se corresponde con la realidad del sector.
3. En términos de cargas familiares, se observan pocas maternidades, y la proporción acaba siendo de 3 a 1.
4. Los grupos de discusión suelen contar entre 6 y 12 participantes: Bilbao no llegó a 6 porque dos participantes no se presentaron, pero se consiguió una composición equilibrada y la conversación fluyó; y en Valencia se superaron las expectativas por el entusiasmo de las participantes que vinieron con compañeras de última hora. Tampoco supuso un problema, más allá de alargar la transcripción.

Análisis realizados de los datos obtenidos

- Análisis cualitativo, temático-discursivo, con codificación abierta, en vivo y abductiva.
- Transcripción literal y completa de los cuatro grupos de discusión.
- Uso del software ATLAS.ti para la formalización de la codificación, agrupaciones y

6. Referencias

- Ajenjo, M. y García, J. (2014), «Cambios en el uso del tiempo de las parejas. ¿Estamos camino de la igualdad?», *Revista Internacional de Sociología* 77 (2): 453-476.
- Ariño, A. y Llopis, R. (2017), *Culturas en tránsito*, Madrid: Fundación SGAE.
- Armstrong, V. (2011), *Technology and the Gendering of Music Education*, Farnham: Ashgate.
- Asociación Clásicas y Modernas (2019), *¿Dónde están las mujeres en la música sinfónica?*, Fundación SGAE, recuperado en: http://www.fundacionsgae.org/es-ES/SitePages/Mediateca_Detalle.aspx?i=126.
- asociacionmim.com (2019), *Quiénes somos*, consultado el: 15/01/2020, recuperado en: <http://asociacionmim.com/quienes-somos/>.
- Baltar, F. y Gorjup, M. T. (2012), «Online mixed sampling: An application in hidden populations», *Intangible Capital* 8 (1): 123-149.
- Baker, S. (2004), «Pop in(to) the bedroom: Popular music in pre-teen girls' bedroom culture», *European Journal of Cultural Studies* 7 (1): 75-93.
- Bayton, M. (1998), *Frock Rock: Women Performing Popular Music*, Oxford: Oxford University Press.
- Björck, C. (2011), *Claiming Space: Discourses on Gender, Popular Music and Social Change*, Gotemburgo: Academy of Music and Drama, University of Gothenburg.
- Bourdieu, P. (1973), «La Opinión Pública no Existe», conferencia impartida en Noroît (Arras) en enero de 1972, *Les temps modernes* 318, enero de 1973: 1292-1309.
- Bryson, B. (1996), «Anything But Heavy Metal: Symbolic Exclusion and Musical Dislikes», *American Sociological Review* 61 (5): 884-899.
- Carrasco, C. et al. (2003), *Tiempos, trabajos y flexibilidad: una cuestión de género*, Madrid: IMU.
- Castelló, L., Verd, J. M. y Barranco, O. (2014), «Condicions del mercat de treball i trajectòries laborals de la joventut catalana», en: Sarracant, P. (coord.), *Enquesta de la Joventut de Catalunya 2012*, Barcelona: Direcció General de Joventut.

- Chan, T. W. y Goldthorpe, J. H. (2007), «Social stratification and cultural consumption: Music in England», *European Sociological Review* 23(1): 1-19.
- Cifariello, F. (2017), «Creativitat musical de consum», en: Fele, G., Russo, M. y Cifariello, F. (eds.), *Creativitat musicali. Narrazioni, pratiche e mercato*, Milán: Mimesis.
- Clairin, R. y Brion, P. (2001), *Manual de muestreo*, Madrid: La Muralla.
- Del Val, F.; Noya, J. y Pérez-Colman, M. (2014), «¿Autonomía, sumisión o hibridación sonora? La construcción del canon estético del pop-rock español». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 145(34): 147-180.
- Del Val, F. (2017), *Rockeros insurgentes, modernos complacientes: un análisis sociológico del rock en la Transición (1975-1985)*, Madrid: Fundación SGAE.
- Du Gay, P. (1997), *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*, Londres: Sage/Open University Press.
- EENCA (2019), *Gender gaps in the Cultural and Creative Sectors (with the exception of the audio-visual sector)*, Bruselas: Panteia & SMIT.
- Escudero, A. et al. (2005), «La persuasión coercitiva, modelo explicativo del mantenimiento de las mujeres en una situación de violencia de género. I: Las estrategias de la violencia», *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría* 95: 85-117.
- Fricker, M. (2007), *Epistemic Injustice: Power and the Ethics of Knowing*, Oxford: Oxford University Press.
- Frith, S. (1986), «Art versus technology: The strange case of popular music», *Media, Culture & Society* 8: 263–279.
- Frith, S. (2001), *The Cambridge companion to pop and rock*,. Cambridge University Press.
- Gavanas, A. y Reitsamer, R. (2013), «DJ Technologies, Social Networks and Gendered Trajectories» in *European DJ Cultures* en: Attias, B., Gavanas, A. y Rietveld, H. (Eds.) *DJ Culture in the Mix: Power, Technology, and Social Change in Electronic Dance Music*. New York: Bloomsbury Publishing USA.

- Herrera-Usagre, M. (2011), «El consumo cultural en España. Una aproximación al análisis de la estratificación social de los consumos culturales y sus dificultades metodológicas», *Empíria, Revista de Metodología de Ciencias Sociales* 22: 141-172.
- Hirigoyen, M. F. (1999), *El acoso moral. El maltrato psicológico en la vida cotidiana*, Barcelona: Paidós.
- Hirigoyen, M. F. (2001), *El Acoso moral en el trabajo: distinguir lo verdadero de lo falso*, Barcelona: Paidós.
- Johnson, C., Dowd, T. y Ridgeway, C. (2006), «Legitimacy as a Social Process», *Annual Review of Sociology* 32: 53-78.
- Leonard, M (2007), *Gender in the Music Industry: Rock, Discourse and Girl Power*, Aldershot: Ashgate.
- Leung, T. C. (2008), *Should the music industry sue its own customers?: Impacts of music piracy and policy suggestions*. Working paper. University of Minnesota.
- López Sintas, J. L., Filimon, N., Cebollada, A., Filimon, N. y Gharhaman, A. (2014), «Music access patterns: A social interpretation», *Poetics* 46: 56-74.
- Marinas, L. (2019), *Mujeres en la industria musical: políticas públicas para la participación, la visibilidad y la igualdad*, Madrid: Fundación Alternativas.
- Mas, X. (2017), *La música clàssica contemporània: una perspectiva etnomusicològica*, Tesis doctoral de Sociologia, Universitat de València.
- McNeil, M. (ed.) (1987), *Gender and Expertise*, Londres: Free Association Books.
- Ministerio de Cultura y Deporte de España (2019a), *Anuario de estadísticas culturales*.
- Ministerio de Cultura y Deporte de España (2019b), *Encuesta de hábitos y prácticas culturales 2018/2019*.
- Moreno, S. (2015), «The gendered division of housework time: Analysis of time use by type and daily frequency of household tasks», *Time & Society*, 26(1), 3-27.
- Moreno-Colom, S., Ajenjo-Cosp, M. y Borràs-Català, V. (2018), «The Masculinization of the Time Devoted to Routine Domestic Tasks», *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* 163: 41-58.

- Muntanyola Saura, D. (2014), «How multimodality shapes creative choice in dance», *Revista Internacional de Sociología* 72 (3): 563-582.
- musicbussinessworldwide.com (2019), «Revealed: What Major Labels Are Paying Women compared to men in the UK», publicado el: 04/04/2019, recuperado en: <https://www.musicbusinessworldwide.com/revealed-what-major-labels-are-paying-women-compared-to-men-in-the-uk/>.
- pagina12.com.ar (2019), «Las músicas lograron que el Cupo Femenino sea ley», publicado el: 22/11/2019, recuperado en: <https://www.pagina12.com.ar/232257-las-musicas-lograron-que-el-cupo-femenino-sea-ley>.
- Poveda, M. (2006), «“Los lunes al sol” o “los lunes en casa” Roles de género y vivencias del tiempo de desempleo», *Cuadernos de Relaciones Laborales* 24(2): 85-110.
- Railton, D. (2001), «The Gendered Carnival of Pop», *Popular Music* 20, 3: 321-331
- Ramos, P. (2010), «Luces y sombras en los estudios sobre las mujeres y la música», *Revista musical chilena* 64(213): 7-25.
- rockdelux.com (2013), «¿Machismo en el indie? Objetivemos», publicado el: 01/03/2013, consultado el: 15/01/2020, recuperado en: <http://www.rockdelux.com/opinion/p/machismo-en-el-indie-objetivemos.html>.
- Roco, G., Baldi, G. y Álvarez, G. (2013), «Afrontamiento y Alexitimia en una muestra de mujeres víctimas de violencia familiar en San Luis, Argentina», *Alternativas en Psicología* 17: 32-43.
- Smith, S.L., Choueiti, M. & Pieper, K. (2018), *Inclusion in the Recording Studio? Gender and Race/Ethnicity of Artists, Songwriters & Producers across 600 Popular Songs from 2012-2017*. Annenberg Inclusion Initiative. Los Ángeles: USC Annenberg
- Soler, S. (2017), *Mujeres y música. Obstáculos vencidos y caminos por recorrer. Avances hacia la igualdad y metas por alcanzar en el campo de la composición, interpretación y dirección orquestal*, Tesis doctoral, recuperado en: <http://repositori.urv.cat/fourrepopublic/search/item/TDX%3A2757>
- Torns, T. et al. (2002), *El estudio de la doble presencia: una apuesta por la conciliación de la vida laboral y familiar*, (informe de investigación), QUIT-Departamento de Sociologia-Instituto de la Mujer, Bellaterra.

- Torns, T. y Moreno, S. (2008), «La conciliación de las jóvenes trabajadoras: nuevos discursos, viejos problemas, mismas soluciones», *Revista Estudios de Juventud* 83:101-119.
- Treas, J. (2008), «The dilemma of gender specialization: Substituting and augmenting wives' household work», *Rationality and Society* 20: 259-282.
- UK Music (2018), *Music Industry Workforce Diversity Report*. Londres: UK Music.
- Unesco (2005), *Convención para la protección y la promoción de la diversidad de expresiones culturales*, París: Unesco, consulta: 15/01/2020, recuperado en: <https://es.unesco.org/creativity/convention/texts>.
- Unesco (2019), *Igualdad de género*, París: Unesco (Entidad de la Diversidad de las Expresiones Culturales Sector de Cultura), recuperado en: <https://es.unesco.org/creativity/publications/igualdad-de-genero>.
- Varios Autores (2013), «Machismo gafapasta», *Diagonal* 189 (08/01/2013), consultado el: 15/01/2020, recuperado en: <https://www.diagonalperiodico.net/culturas/machismo-gafasta.html>
- Verd, J. M. y Olivé, J. (1999), «Muestreo y recogida de datos en el análisis de redes sociales», *Questiio: Quaderns d'Estadística, Sistemes, Informàtica i Investigació Operativa* 23 (3): 507-524.
- Vlegelsa, J. y Lievens, J. (2017), «Music classification, genres, and taste patterns: A ground-up network analysis on the clustering of artist preferences», *Poetics* 60: 76-89.
- Warner Music Group (2019), *Gender Pay Gap Report*, Londres: Warner Music UK, recuperado en: https://www.wmg.com/sites/g/files/g2000004716/f/201904/WARNER%20MUSIC%20UK_GPG_REPORT_2019.pdf.
- Werner, A. y Johansson, S. (2016), «Experts, dads and technology. Gendered talk about online music», *International Journal of Cultural Studies* 19(2) 177-192.
- Whiteley, S. (2005), *Too Much Too Young: Popular Music, Age and Gender*. Abingdon: Routledge.
- Women in Music & Nordcity (2015), *A Profile of Women Working in Ontario's Music Industry. Final Report*. Toronto: Women in Music.

