

# ESTUDIO DE GÉNERO EN LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA EN ESPAÑA





Proyecto ordenado por:  
Asociación de Mujeres de la Industria de la Música (MIM)  
Proyecto financiado por: Ministerio de Cultura y Deporte de España  
INAEM



Enero 2020

## Índice de contenidos

Índice de contenidos.....	2
1. Industria musical y mujeres: marco general de situación.....	3
2. Perfil de situación de la mujer trabajadora en la industria musical española.....	7
2.1 Perfil demográfico .....	7
2.1.1 Distribución por edad.....	7
2.1.2 Estado civil y maternidad .....	9
2.2 Perfil laboral.....	18
2.2.1 Actividad, rol y funciones desempeñadas.....	18
2.2.2 Trayectorias: movilidad e ingresos.....	27
2.2.3 Perfil sociolaboral y maternidad .....	36
2.3 Requerimientos y exigencias del puesto de trabajo, e impacto otros factores de influencia en la carrera profesional.....	48
2.3.1 Requerimientos y exigencias del puesto de trabajo.....	48
2.3.2 Barreras experimentadas.....	50
2.3.3 Expectativas en la carrera profesional .....	55
3. Grupos de discusión: una mirada cualitativa.....	58
3.1 Las condiciones laborales del sector musical en España .....	58
3.2 Las trayectorias laborales y de promoción de las mujeres en la industria.....	59
3.3 Identificar los elementos percibidos de discriminación laboral.....	60
3.4 Recoger los posibles factores de cambio que las mujeres identifican como favorables y desfavorables para su trayectoria profesional.....	63
4. Conclusiones .....	655
5. Notas metodológicas .....	68
5.1 Diseño metodológico de encuesta on-line a profesionales de la industria .....	71
5.2 Diseño metodológico de grupos de discusión.....	71
6. Referencias .....	76



## 1. Industria musical y mujeres: marco general de situación

La UNESCO en su Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las industrias culturales de 2005 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 5 de desarrollo sostenible, 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 en estas cuestiones estableciendo como indicadores principales:

- a) “Políticas y medidas que promuevan la igualdad de género en los sectores de la cultura y de la comunicación”.
- b) “Sistemas de seguimiento que evalúen 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 “que se implementen legislaciones nacionales e internacionales sobre derechos humanos y libertades fundamentales que promuevan la igualdad de género y la libertad artística” (UNESCO, 2019).

La entidad que ha impulsado este trabajo, la **Asociación de Mujeres de la Industria de la Música**, creada en 2016, 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 posibilidades.” (asociacionmim.com, 2019).

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 es femenino, de entre 30 y 45 años, mientras que los artistas más reconocidos son hombres. El Anuario de Estadísticas Culturales (Ministerio de Cultura y Deporte de España, 2019) afirma



que en 2018 el 45,5% del total de empleos culturales era ocupado por mujeres. 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 abordamos 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 SGAE es del 19%, en AIE del 21,4% y en AGEDI 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). 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 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, 2019) se destaca que el 69,5 % de las mujeres suelen 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 (ver cuadro) 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
<b>Presidencia</b>	96	163	259
<b>Dirección</b>	18	20	38
<b>Operativos</b>	642	608	1250
<b>Total</b>	756	791	1547

Elaboración propia. Datos ofrecidos por AGEDI, AEDEM, APM, ARTE Recopilados por MIM 2018

Con este marco, **este estudio tiene como objetivo realizar una primera fotografía de situación de la mujer en la industria musical española**. Cuando nos referimos a la industria musical hablamos de la gestión del hecho musical.

Hablamos de actividades que intervienen en la circulación de música, ya sea grabada o en vivo. En la encuesta o en la búsqueda de perfiles para los grupos de discusión celebrados en el contexto de este trabajo, se incluyen actividades de empresas, personas o instituciones como 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 fonográficas 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, como instituciones educativas,



productoras de televisión, cine o publicidad, productoras de videojuegos o medios de comunicación.

Para cumplir estos objetivos, este trabajo desarrolla una doble metodología (desarrollada en el apartado Notas Metodológicas): una encuesta on-line 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.

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. 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 mujeres.

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

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

G3: mujeres 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.

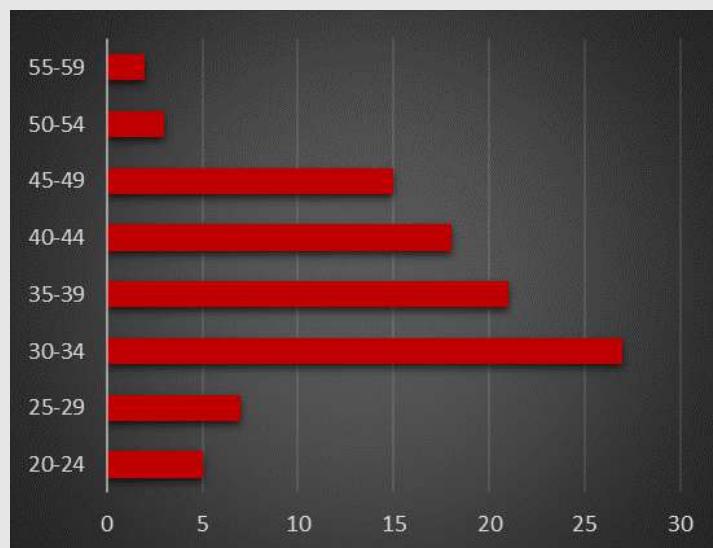


## 2. Perfil de situación de la mujer trabajadora en la industria musical española

### 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



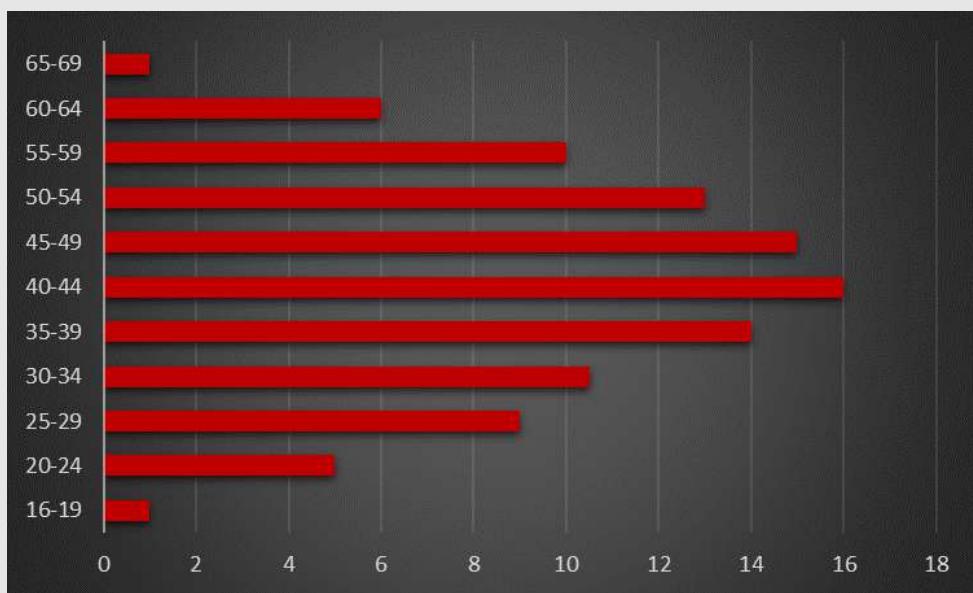
Distribución por edad de las trabajadoras de la industria musical (n=205)

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**: 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: primero el fuerte escalón que se percibe con las generaciones más mayores, las nacidas antes de 1970, hasta el punto de que **no hemos encontrado casos de mujeres mayores de 58 años (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**: aquella que se está incorporando al mercado laboral, ya sea como primera opción



laboral tras terminar la educación secundaria obligatoria, así como aquellas personas que optan a su primer empleo tras terminar una formación superior. De este modo, **tampoco hemos encontrado mujeres de menos de 20 años que trabajen en este campo**.

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



Fuente: EPA, 2019 T3. Elaboración propia

Observamos que la mujer trabajadora se sitúa en el rango predominante en la estructura de población activa, entre los 35 y 50 años. El rango de edad modal es superior al de la industria musical. De esta manera, podemos confirmar la tendencia de que la mujer trabajadora de la Industria musical es una mujer joven adulta.

Si comparamos esta distribución estadística con la muestra de hombres obtenida, podemos observar ciertas tendencias que diferencian a ambos sexos y caracterizan así a la muestra de la industria musical obtenida.



Distribución por edad de los trabajadores de la IM n=113

Distribución por edad de las trabajadoras de la IM n=205

- El **perfil** de trabajadores tiende a estar conformado hasta el momento por **trabajadores y trabajadoras jóvenes y adultas**, de entre los 30 y los 40 años.
- En los rangos medios de edad, los que van de los **30 a los 45 años**, parece que hay una **mayor presencia femenina**.
- En los **rangos más adultos y los más jóvenes**, la presencia femenina es menor, llamando 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 maternidad: 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 de hombres obtenida, quienes el 29% de ellos afirma tener hijos o hijas a su cargo o cuidado.



Porcentaje de trabajadoras con hijos/as 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: ya sea bajo el matrimonio o en unión libre o pareja de hecho.



Estado civil y formas de convivencia

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, y lo mismo ocurre con los hombres que conforman la muestra, dado que la mitad de ellos (51%) afirman no disponer de ayuda a las tareas de cuidado por parte de nadie.



Ayuda en el cuidado

Otro dato estructural es que, de ese total de madres trabajadoras, la mayoría de ellas convive principalmente en el matrimonio o bajo la forma de 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 del total de madres trabajadoras que afirman o no tener ningún tipo de ayuda (ese 30,91% del total de las madres trabajadoras) o que tienen ayuda de otras personas que no son su cónyuge (14,55% + 14,55%), más de la mitad de ellas 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.



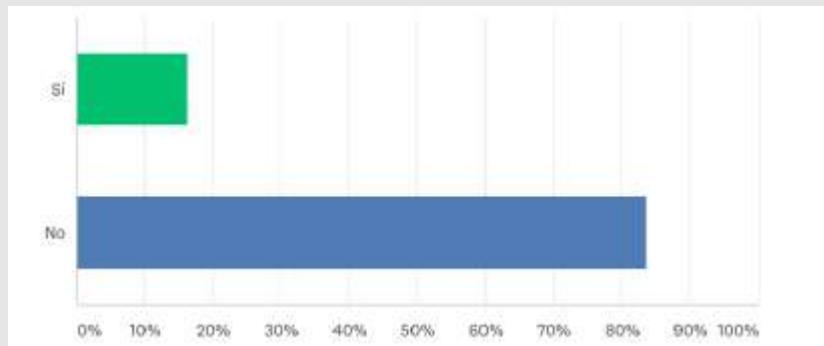
Estado civil de las madres trabajadoras sin ayuda en el cuidado de los hijos e hijas por parte de su cónyuge.

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 de ellas (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:



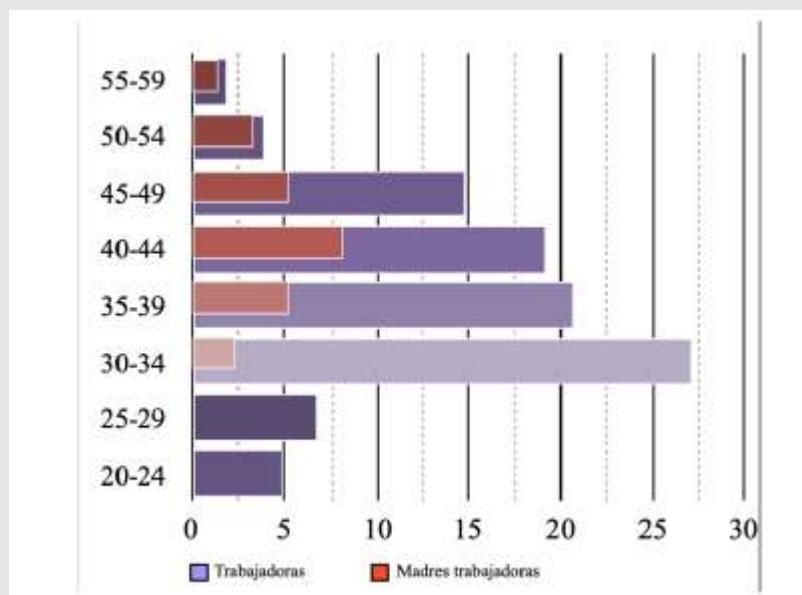
Estado civil de las madres trabajadoras sin ningún tipo de ayuda en el cuidado

En última instancia, y en relación a las tareas de cuidado, del total de madres trabajadoras de la industria musical más de un 16% de ellas afirman que además de 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:



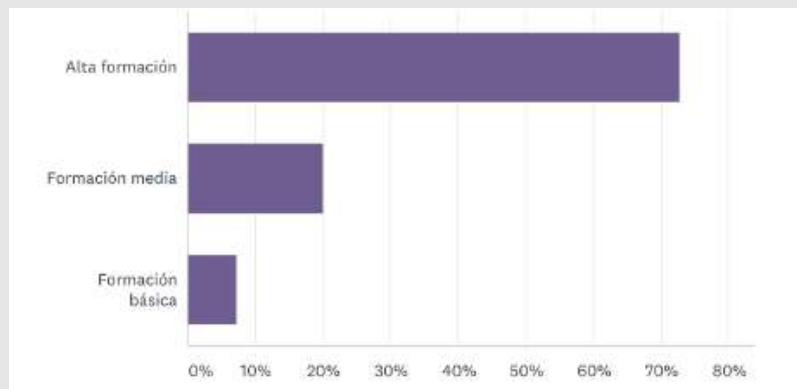
Distribución de edad comparada madres T. y trabajadoras

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 de hombres. Lo que llama la atención es que también en la industria musical se reproduce la tendencia general de la población española.



Esta tendencia no solo viene a confirmar los datos sobre maternidad ofrecidos en los últimos años<sup>1</sup>, sino que, en el caso de la industria musical, la tendencia a la reducción de las tasas de maternidad y a su retraso se agravaría.

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



Grado de formación alcanzado en acceso al primer empleo en la industria musical

Y también poseían conocimientos de idiomas:

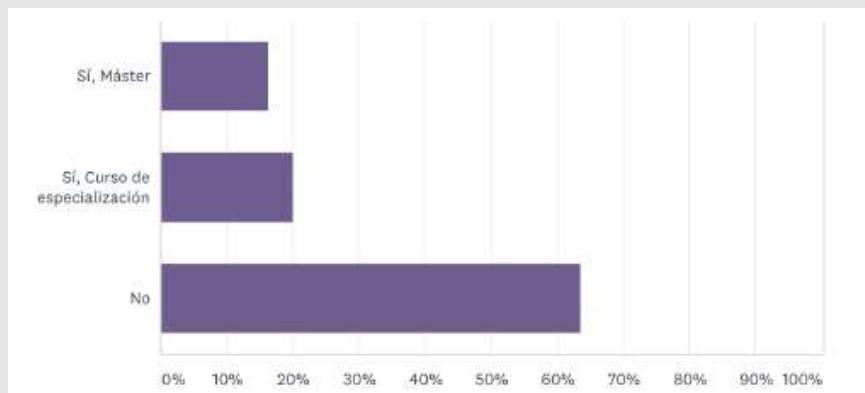


Conocimiento de idiomas

<sup>1</sup> Ver, por ejemplo, las notas de prensa del INE: [https://www.ine.es/prensa/ef\\_2018\\_d.pdf](https://www.ine.es/prensa/ef_2018_d.pdf)



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



Otra formación cursada para el acceso al puesto de trabajo

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. Pregunta ante la cual el 70% de las trabajadoras de esta industria que son madres responden afirmativamente:



Formación para promoción



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

Del 73% de trabajadoras que han indicado que no tienen descendencia, y cuya distribución de edad se encuentra entre los 21 y los 45 años – solo cerca del 1% de la muestra declara ser mujer mayor de 45 sin ser madre – muestra notables diferencias en lo relativo al estado civil respecto a aquellas madres trabajadoras en la industria musical. Encontramos de esta manera tres tendencias claras que definen la estructura y el perfil demográfico:

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

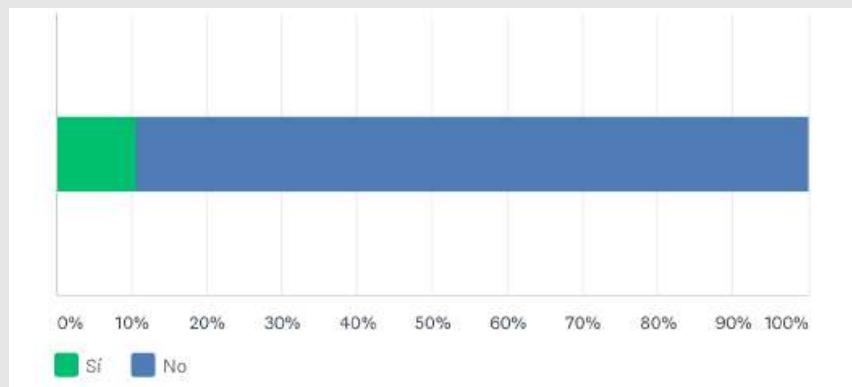


Estado civil y formas de convivencia de las trabajadoras sin hijos o hijas

Si esta distribución es comparada con la muestra obtenida por los hombres, aun siendo de menor tamaño, lo que nos indica es que no hay demasiadas variaciones. Quizá 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.



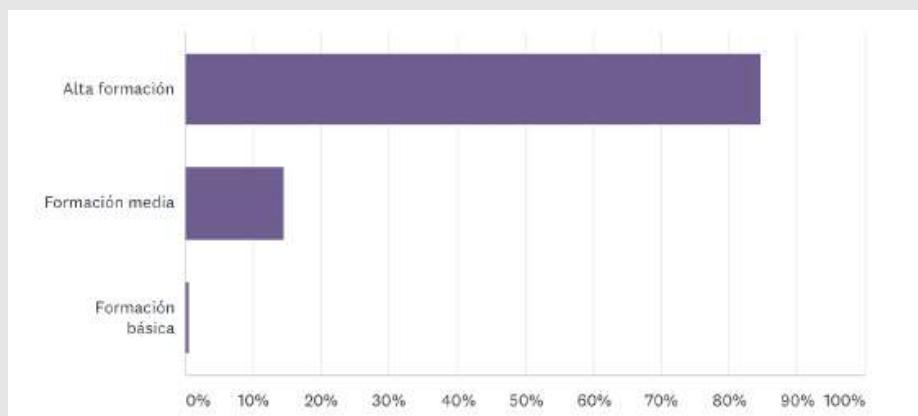
No obstante, de este grupo de trabajadoras de la industria musical un 10% de ellas nos indica que conviven con alguna otra persona, familiar o allegado, del cual cuidan:



Trabajadoras con otras personas a su cargo

Si nos atenemos a la cuestión de la formación, lo que observamos en la muestra recogida es que, al igual que ocurre con aquellas 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:



Grado de formación alcanzado en acceso al primer empleo en la industria musical

Es notable que apenas hayamos encontrado 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% de ellos afirmaron haber accedido a su primer trabajo en la industria poseyendo solo 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: el 93% de ellas 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 siendo el dato de la muestra de hombres muy similares.

## 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, cuanto 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:

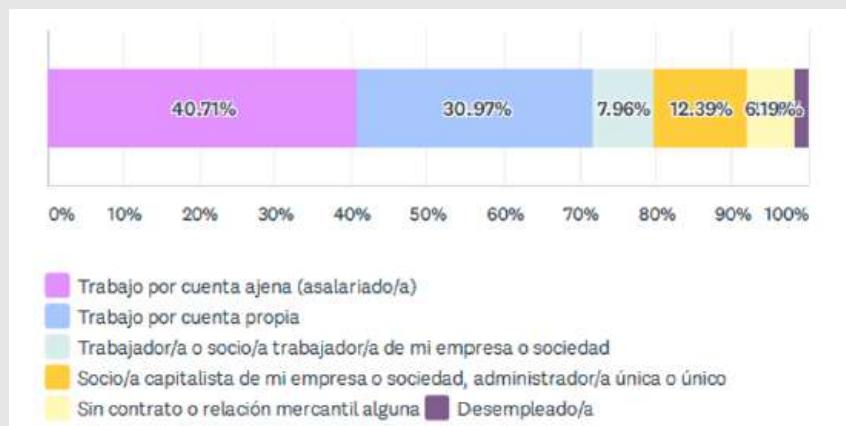


Tipos de relaciones contractuales de trabajadoras en la industria musical



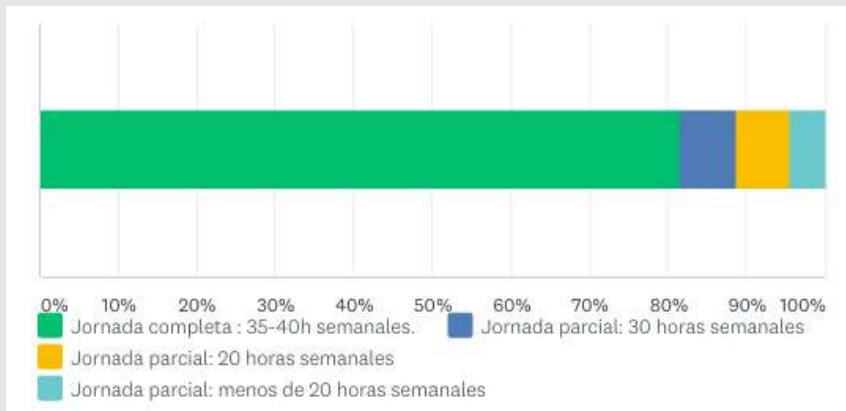
- Predomina el trabajo por cuenta ajena, principalmente bajo contrato, pero con un característico 3,9% de trabajadoras que afirman no tener relación contractual alguna.
- La mitad de la muestra obtenida afirma ser autónoma/*freelance*, socia trabajadora o socia/administradora dentro de una empresa, por 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.



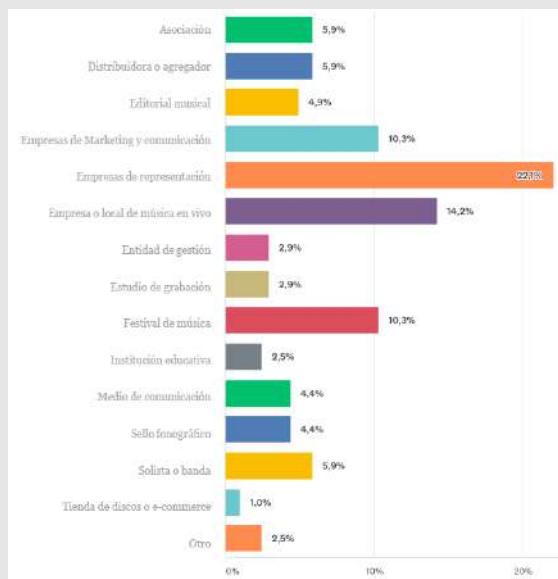
En otro orden de cosas, cabe decir que más de la mitad de la muestra afirma tener un contrato indefinido con su empresa, incluyendo a aquellas trabajadoras que trabajan por cuenta ajena, pero también a aquellas otras trabajadoras que también son socias o dueñas de su propia empresa. Otro 20% afirma tener 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 de ellas dedican al trabajo la jornada completa, y muy pocas poseen una jornada parcial o reducida:



Jornada de trabajo

Así mismo, 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 trabajan en empresas relacionadas con los aspectos más técnicos de la industria, tales como la distribución digital, editorial, estudios de grabación o producción:

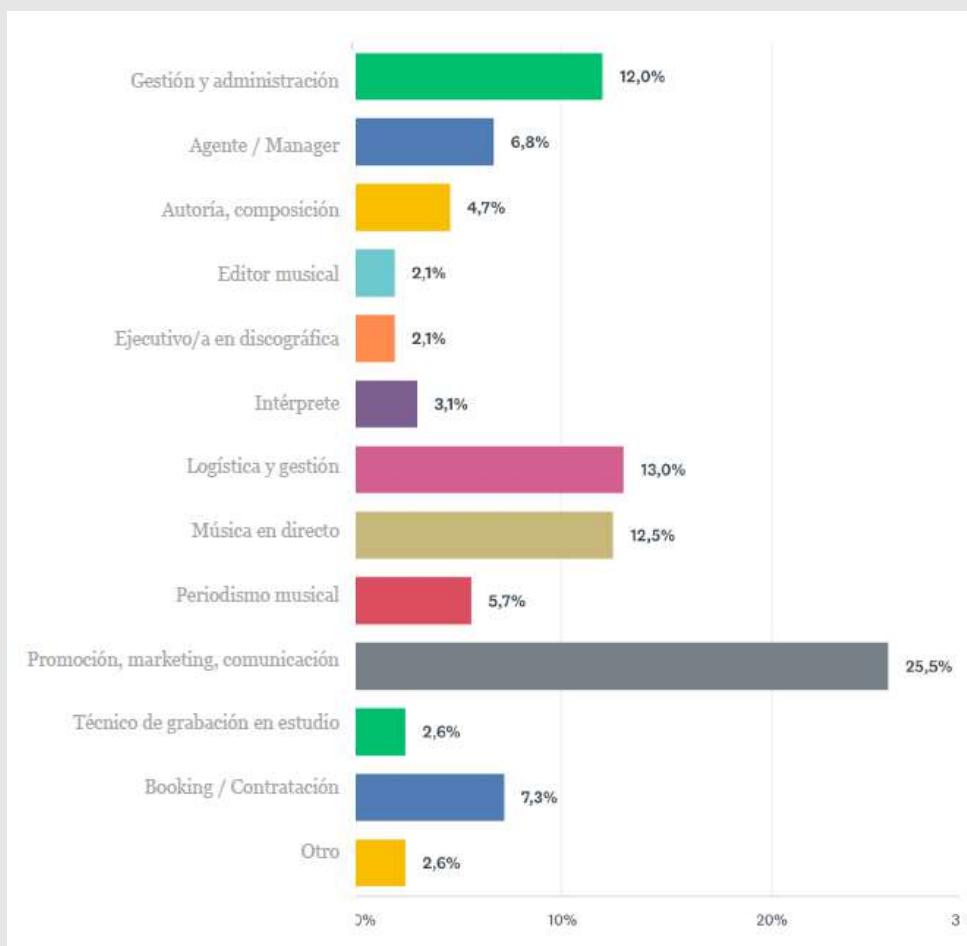


Distribución de tipos de empresa para las que se trabaja



Respecto a esta distribución encontramos diferencias con los datos obtenidos en la muestra de los trabajadores, en la que, si bien priman las empresas de representación y de locales de música en vivo (lo cual nos indicaría cierta sobre representación 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%) 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 las funciones desarrolladas en estos encontramos también características que determinan el perfil de las trabajadoras de la industria musical:





#### Puestos de trabajo y funciones

- Como podemos observar encontramos a **muy pocas mujeres que desempeñan labores de producción, management o representación**, así como **ejecutivas y agentes del periodismo en general**.
- 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; lo mismo ocurre en los **puestos de booking y contratación, en los que un 11,58% son hombres**; en el caso de los **interpretes musicales, que ocupan el 9,4% de la muestra masculina**; y en el caso de ejecutivos en discográficas, un 4,2% en la muestra masculina.
- Hay una **sobre-representación de los perfiles laborales** relacionados con el **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% de ellas 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 más que ver 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.

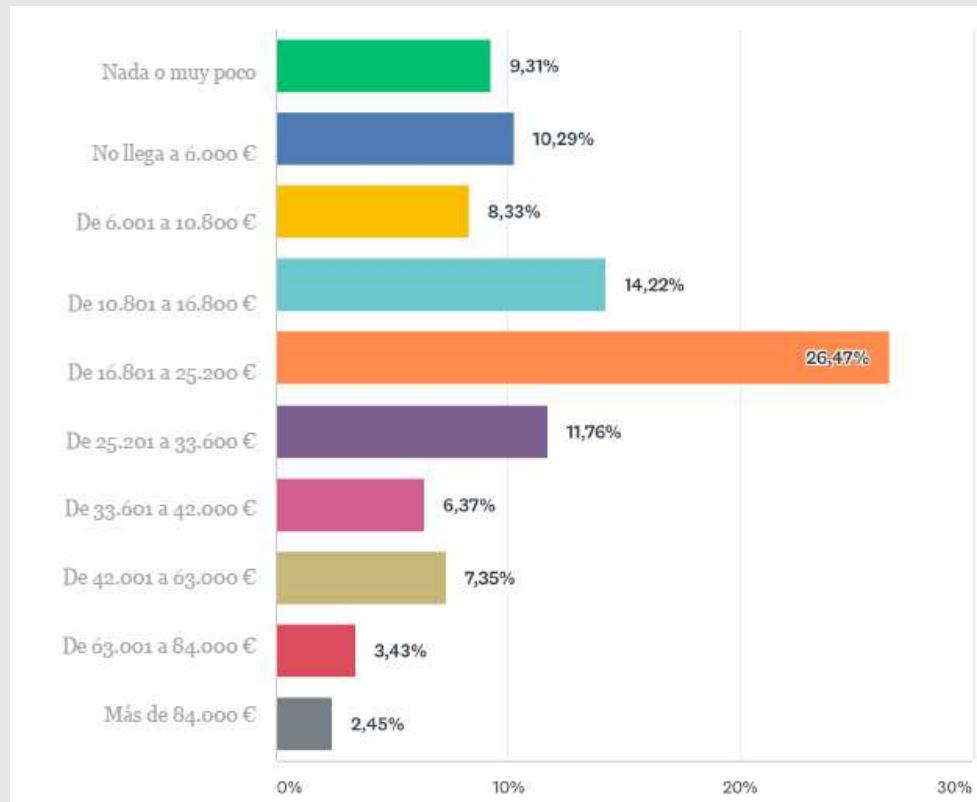


Rol desempeñado en el puesto de trabajo. Mujeres

- 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 afirman realizar tareas de puestos comunes de naturaleza de apoyo a personal más cualificado.**
- Hay un **notable grupo de personas que realizan 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 país<sup>2</sup>:

<sup>2</sup> [https://www.ine.es/prensa/ees\\_2017.pdf](https://www.ine.es/prensa/ees_2017.pdf)



Remuneración de las trabajadoras de la industria musical

- 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 muestra 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 16.800€**, cerca de la siguiente categoría. No obstante, esto nos permite afirmar que **el salario medio de la mujer en la industria musical está al mismo nivel del 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**

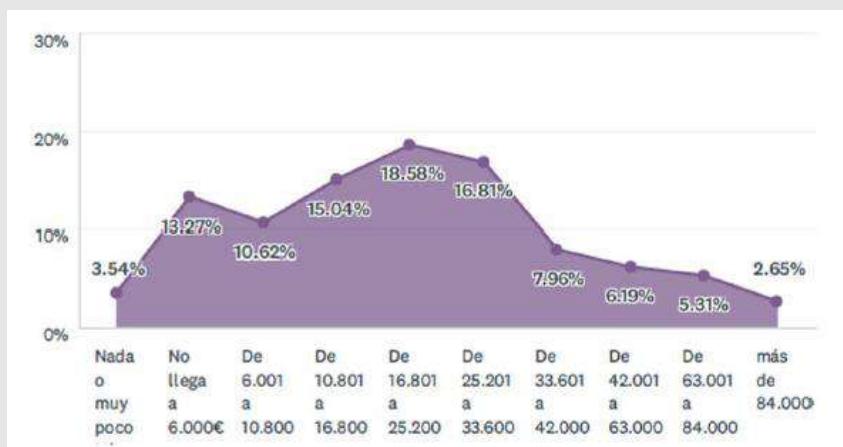


que la primera categoría salarial tiene en la distribución de las trabajadoras: que es de más de un 9%, como se puede observar mejor en el siguiente gráfico.



¿Cuáles fueron tus ingresos brutos anuales recibidos por tu labor en la industria musical? Mujeres

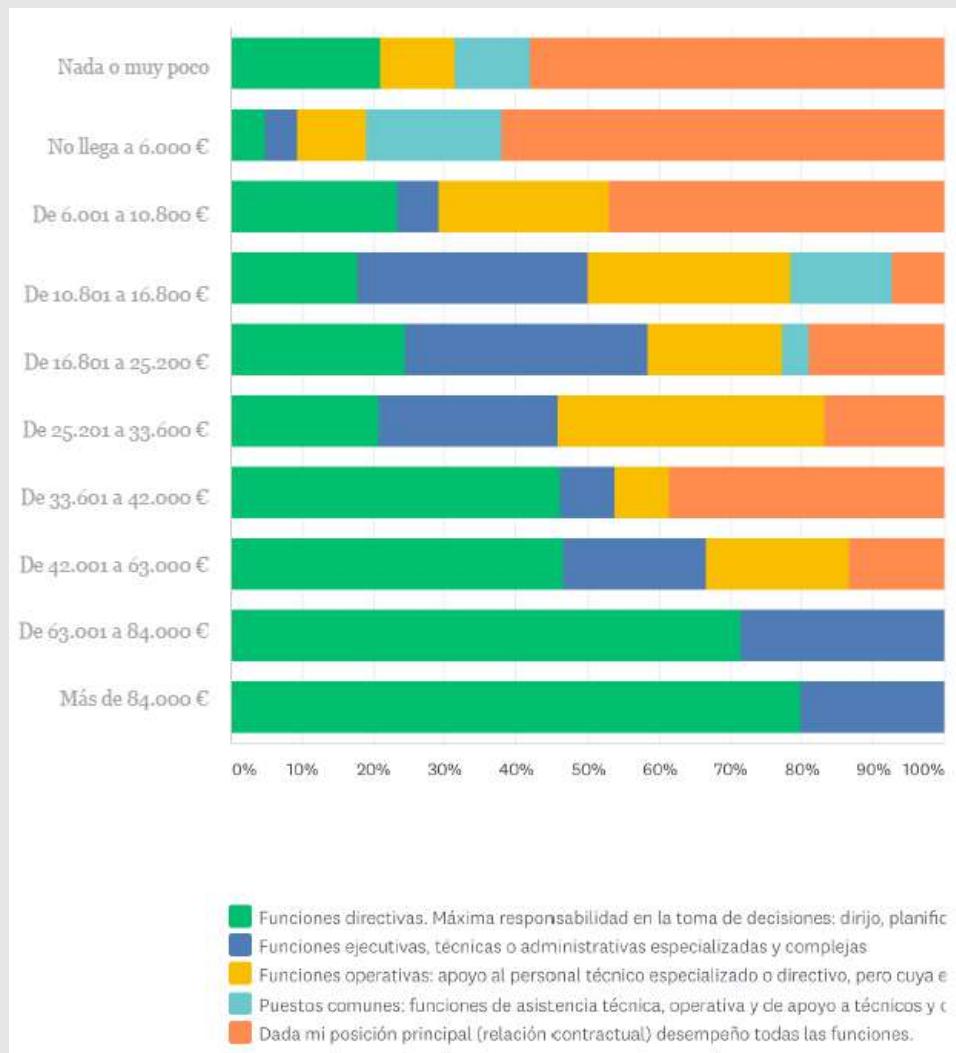
Los datos de esta distribución muestran notables diferencias respecto a la muestra obtenida de los hombres. En el caso de los trabajadores observamos que, a partir de la categoría salarial de 25.201€, hay proporcionalmente más casos que en la distribución de las trabajadoras. Así como también es también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



¿Cuáles fueron tus ingresos brutos anuales recibidos por tu labor en la industria musical? Hombres



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 (ver el siguiente gráfico)



Comparativa entre salarios y roles

Observamos varios fenómenos:

- **Esa distribución de roles, que coincide con la de autónomas y freelance sucede, sobre todo, en las categorías salariales más bajas.**



- En las categorías salariales centrales (media, mediana y modal) 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



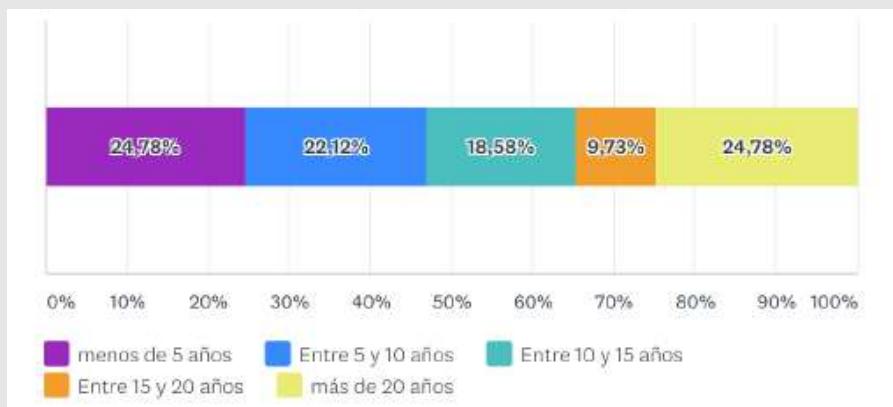


#### Trayectoria laboral de las trabajadoras dentro de la industria musical

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

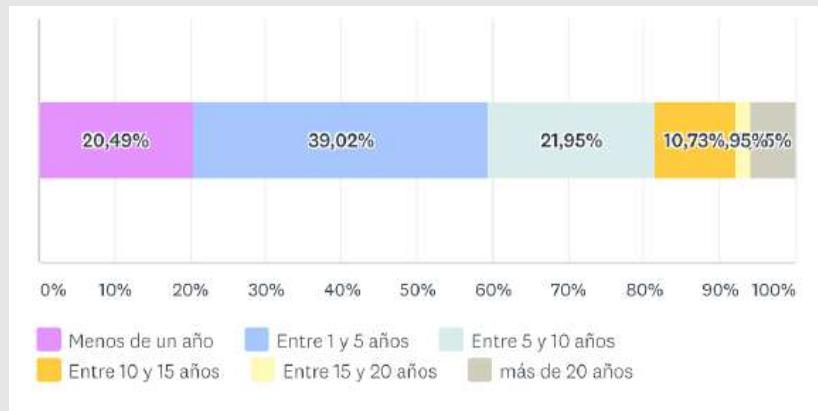


#### Trayectoria laboral de los trabajadores dentro de la industria musical

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 de hombres obtenida. Pero además de que se corrobore 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:



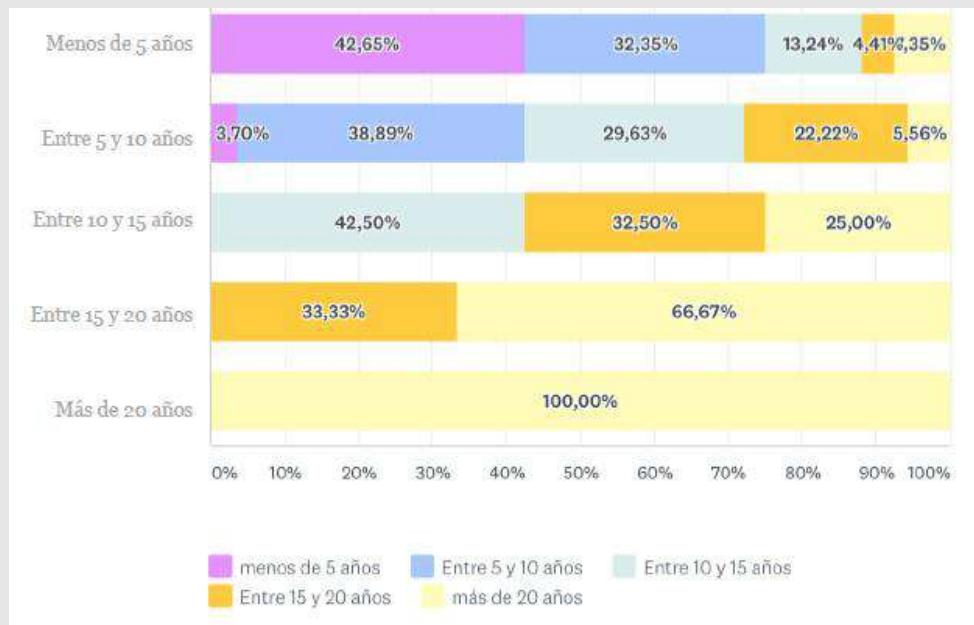
Años trabajados en el último puesto de trabajo en la industria musical: mujeres

Podemos corroborar de esta forma **no solo la entrada tardía de la mujer en la industria música**, dado que **cerca del 80% lleva menos de 15 años trabajando en este sector y que 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 **en la muestra masculina obtenida casi el 30% de ellos 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 desarrollan 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:

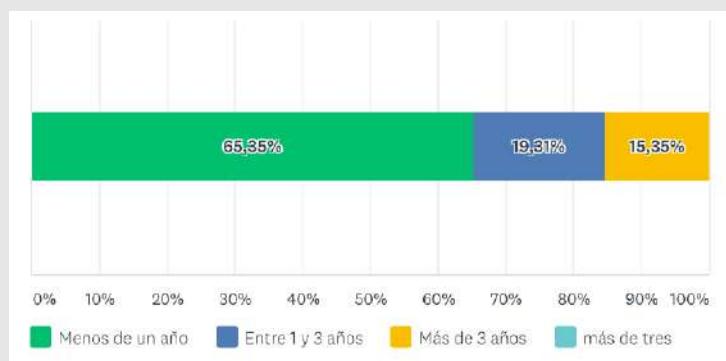


Comparativa: vida laboral de las trabajadoras frente a trayectoria en la industria musical.

En el gráfico superior observamos en las barras porcentuales 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 pone de manifiesto que, de las trabajadoras que llevan 5 años o menos trabajando en la industria musical, el 42% de ellas 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 cinco 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 en 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 se hace más grande. 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 es tomada como referencia, nos enseña 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 un año sin ningún tipo de contrato o remuneración (65%), y un porcentaje menor de ellas, 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:



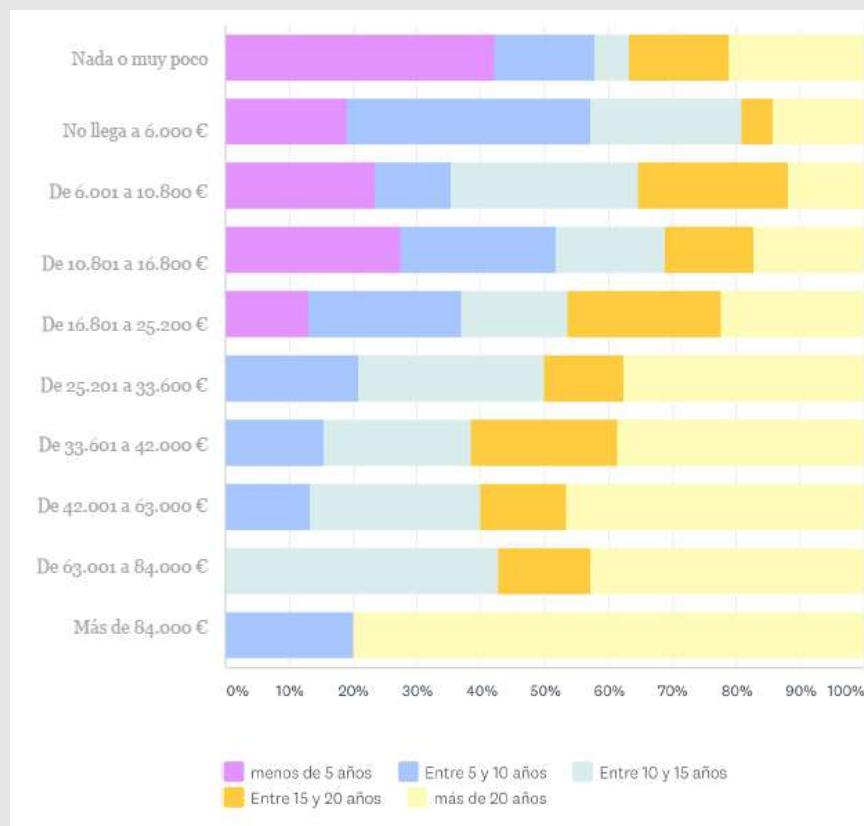
Años trabajados en la industria musical sin remuneración. Mujeres.

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, que 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



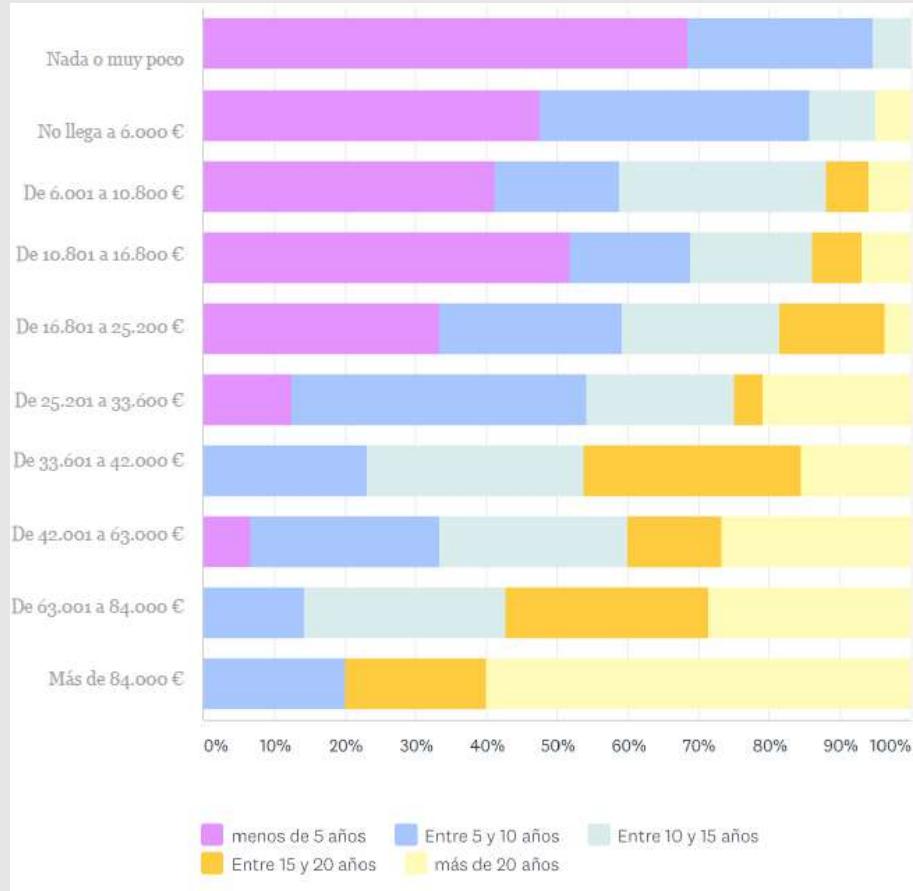
trabajadoras renuncian a su carrera dentro de la industria musical desde que comienzan a trabajar aquí, pero sin duda los datos nos muestran que hacer carrera es, cuanto menos, complicado.

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 obtener unos ingresos más o menos elevados, aunque no sería la condición última para ello – una distribución que es similar a la de la muestra masculina –:



Comparativa vida laboral e ingresos percibidos por las trabajadoras

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



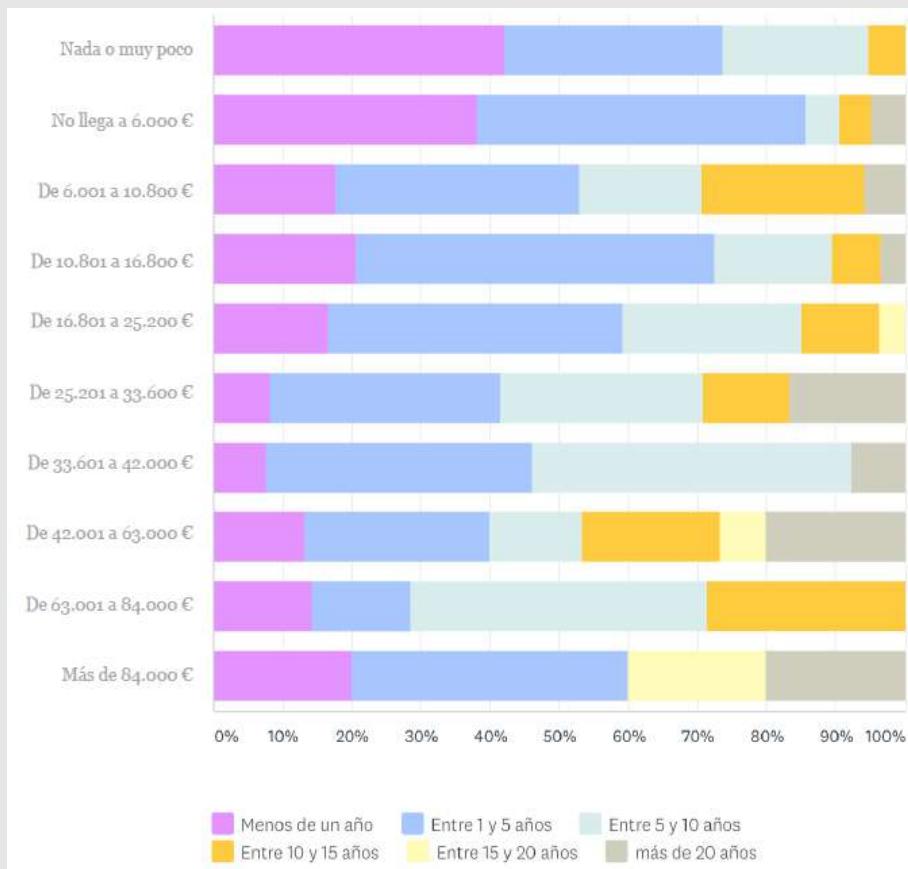
Comparativa entre ingresos percibidos por las trabajadoras y su trayectoria

Aunque estos datos podrían ser más significativos, permitiéndonos la comparación con la muestra de trabajadores obtenida, 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 siendo la distribución masculina 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:



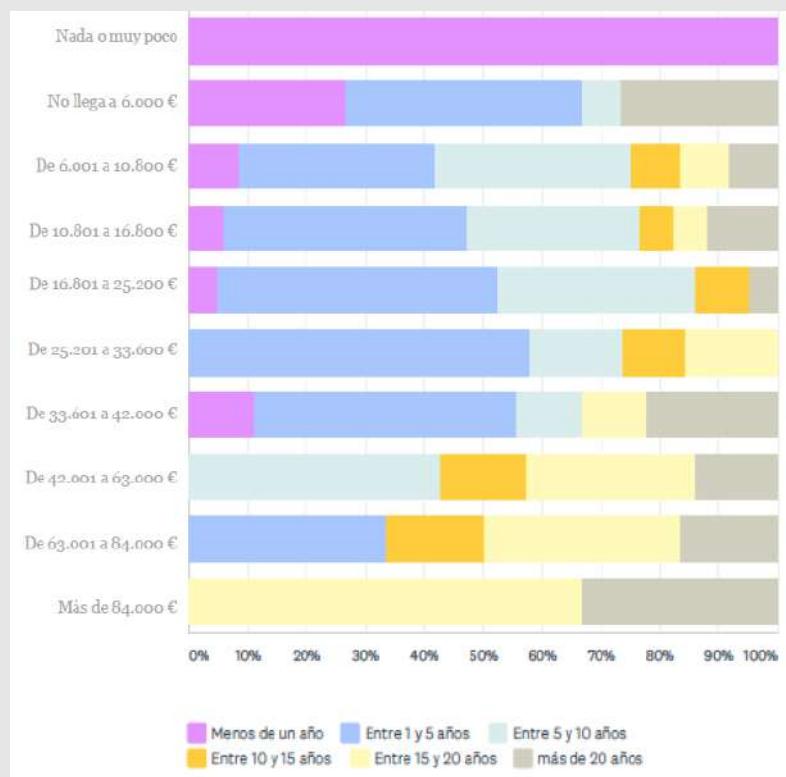
Comparativa entre ingresos y años trabajados por las mujeres en el mismo puesto

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 a 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 obteniendo 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 trabajando 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.

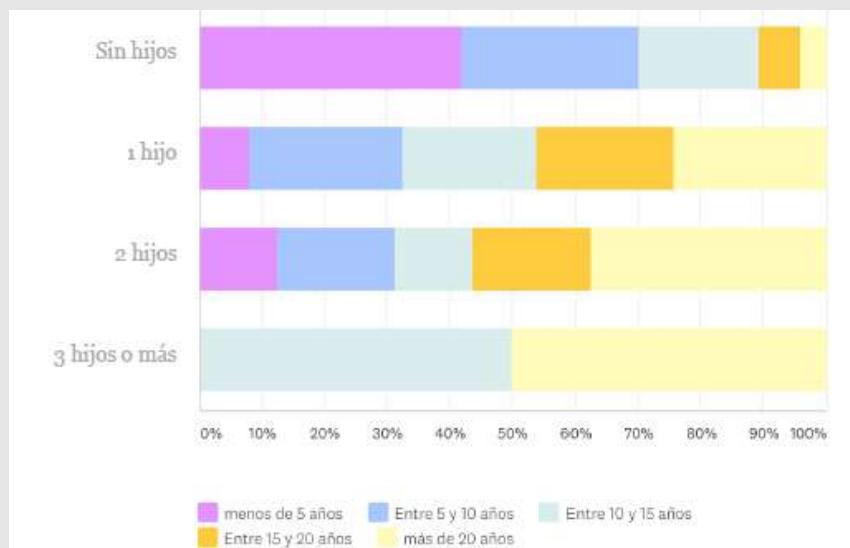


Comparativa entre ingresos y años trabajados por los hombres en el mismo puesto



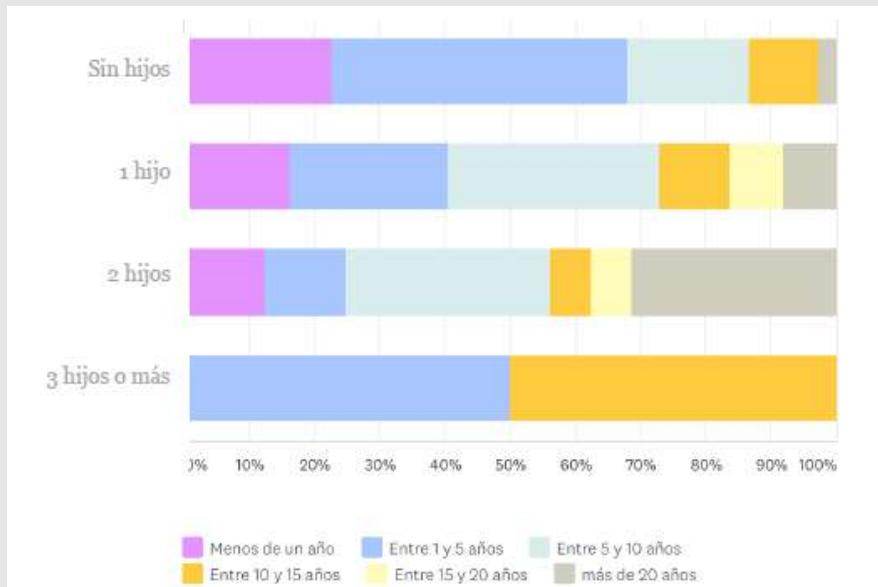
### 2.2.3 Perfil sociolaboral y maternidad

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:



Comparativa entre maternidad y trayectoria en la industria musical

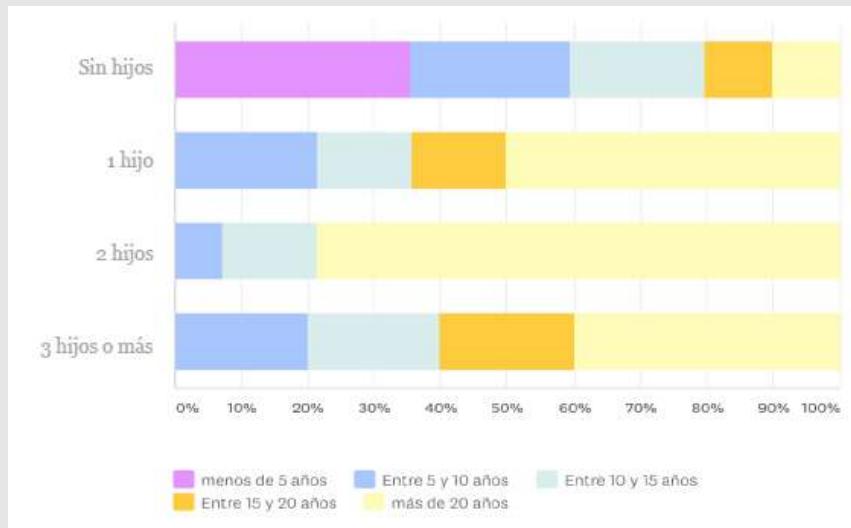
Sin embargo, si tenemos presentes los datos demográficos de la muestra, en los cuales solo el 26% de las trabajadoras afirman ser madres, cuya edad media se encuentra en la treintena y su categoría principal la cuarentena, lo que observamos es que hay pocas madres (segunda barra en adelante) que lleven trabajando menos de 5 años en la industria musical. Por el contrario, son madres aquí 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 música, e incluso dentro de un mismo puesto de trabajo:



Comparativa entre maternidad y años trabajados en el mismo puesto

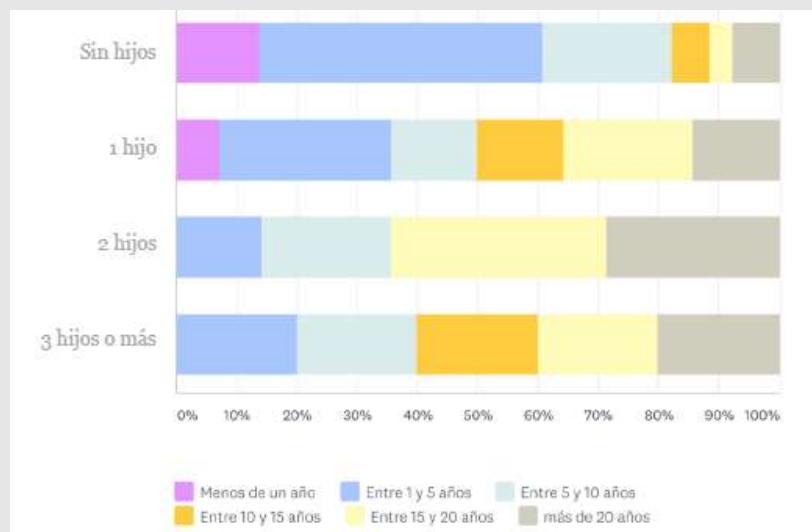
Observamos así que son pocas las mujeres que, teniendo uno o más hijos o hijas a su cargo y cuidado, llevan menos de cinco años trabajando en la industria: algo que no es extraño dado que la tasa de maternidad ha descendido a nivel nacional y la edad media a la maternidad o paternidad ha aumentado. En 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 trabajado, e incluso cuanto más consolidada está la trayectoria dentro de un mismo puesto de trabajo. Lo que, por el contrario, y, en conclusión, nos indica que hay muy poca movilidad.

Esto ocurre de forma similar en la muestra de hombres obtenida. A diferencia de la muestra de trabajadoras, no hemos dado con hombres que, afirmando 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:



Comparativa entre paternidad y trayectoria en la industria musical

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



Comparativa entre paternidad y años trabajados en el mismo puesto

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.



Trayectoria profesional dentro de la industria musical de las trabajadoras que son madres

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 de trabajadores obtenida, ya que ese dato aumenta:



Trayectoria profesional dentro de la industria musical de los trabajadores que son padres

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



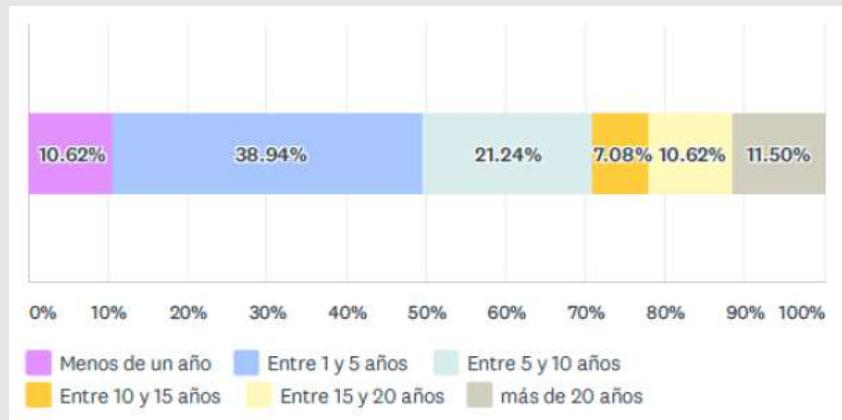
como estancamiento, es decir, la no movilidad ni transversal – puestos de trabajo de distintas funciones, pero mismos roles – ni ascendente – puestos de trabajo dentro de las mismas actividades, pero con un rol y un salario superior –. Veámoslo en relación con el siguiente gráfico:



Maternidad y años trabajados en el mismo puesto y con la misma función

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, donde 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, que han tenido algún tipo de movilidad laboral independientemente del motivo. El resto de las madres trabajadoras se caracterizarían así, 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:



Paternidad y años trabajados en el mismo puesto y con la misma función

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 de ellas sí nos han indicado que para alcanzar el puesto de trabajo que actualmente ocupan han recibido algún otro tipo de formación:

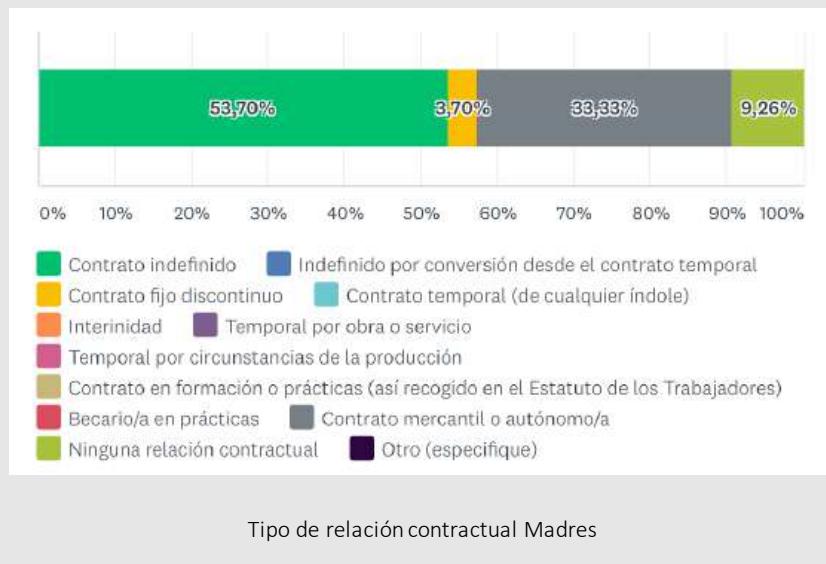


Formación para la promoción: madres trabajadoras

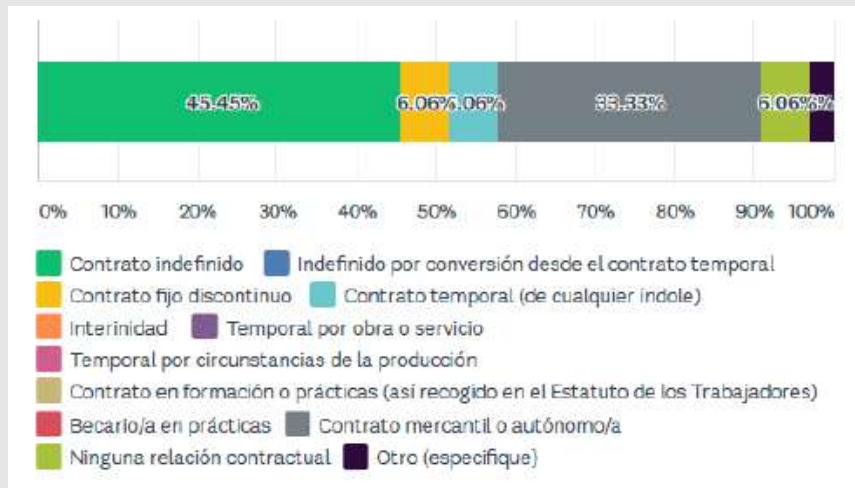


Este dato varía poco respecto a la muestra obtenida de trabajadores que indican ser padres, ya que de ellos más del 33% afirma no haber cursado ninguna formación específica para el desempeño de su actual puesto de trabajo.

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

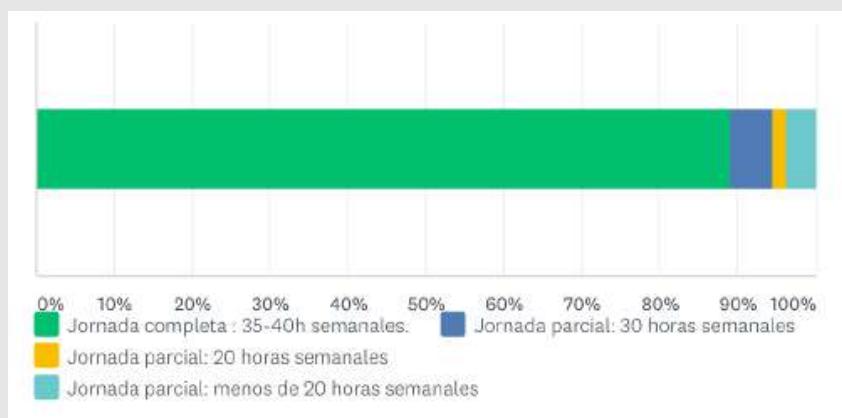


En el caso de la muestra de trabajadores el porcentaje de casos en la categoría de contrato indefinido desciende respecto al de las trabajadoras, así como aumentan los casos de contratos fijos discontinuos, temporales y se mantienen los porcentajes en el caso de los contratos mercantiles o de autónomos.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



Tipo de relación contractual. Padres

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 de ellas afirma no disponer de ayuda del cónyuge o, a lo sumo, si tiene ayuda, es de familiares o de personal contratado para el cuidado:

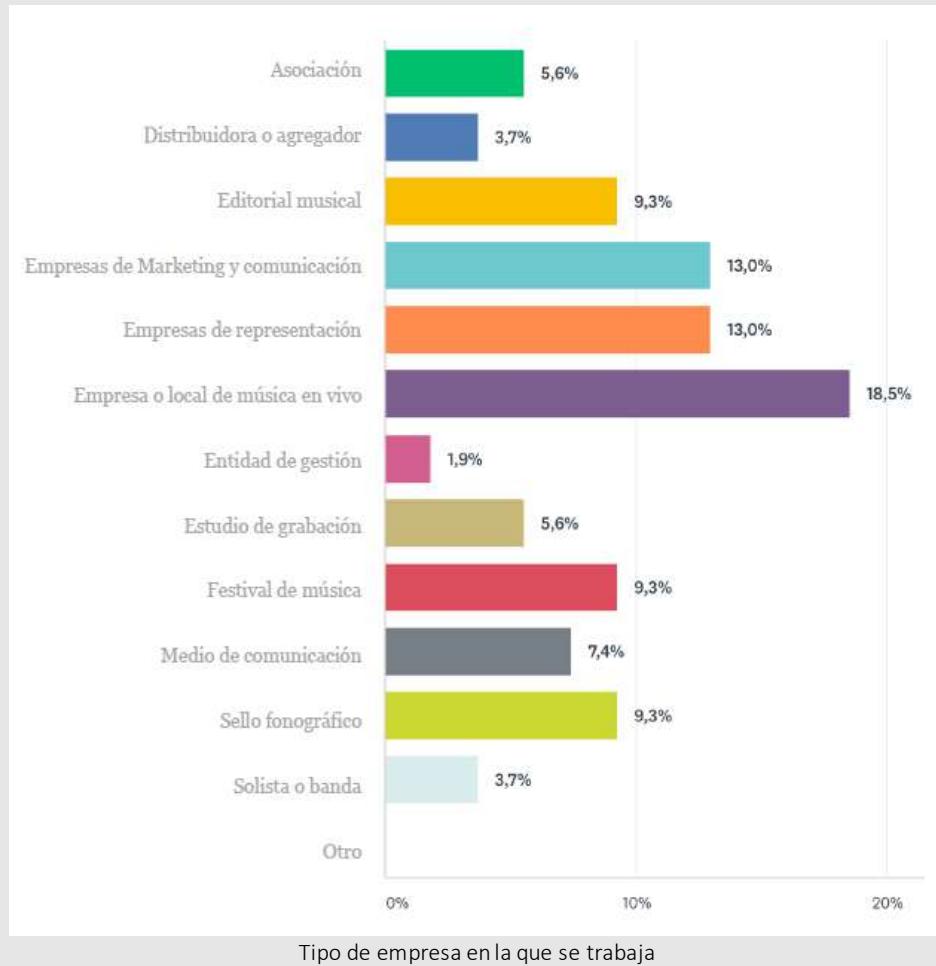


Tipo de jornada

El perfil laboral de estas trabajadoras que tienen a su cargo y cuidado a hijos e hijas es, al igual que para 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:

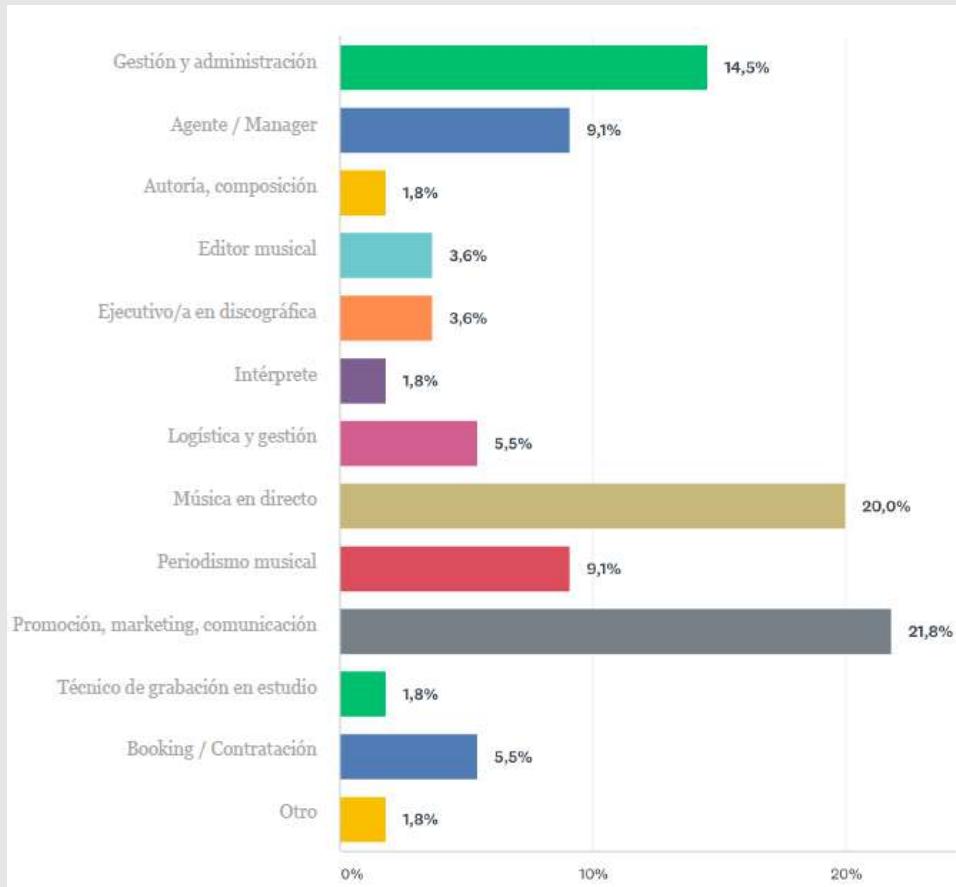


En la muestra de trabajadores con hijos e hijas a su cargo y cuidado estos datos varían. No hemos encontrado casos en las categorías de sellos discográficos, empresas de marketing y entidades de gestión. A su vez los casos se concentran en las empresas o locales de música en vivo (37,5%), empresas de representación (21,9%), distribuidoras o agregadores (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, siendo los principales perfiles aquellos que tienen que ver con la gestión y la administración:



Funciones que se desarrollan en el puesto de trabajo

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

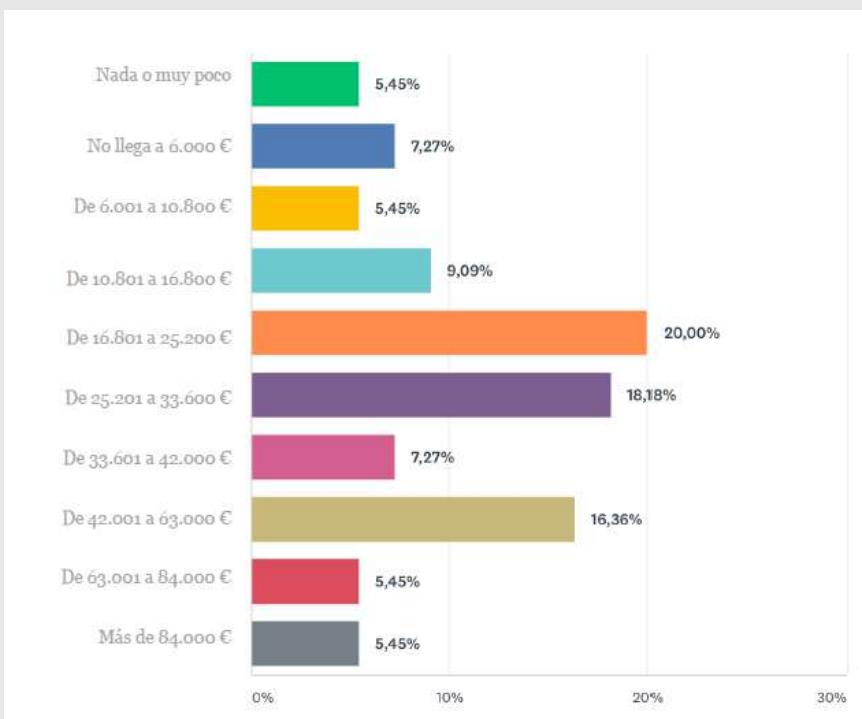


de ellas ejercen roles intermedios o bajos y, en relación también a la situación de freelance o régimen de autónoma, desempeñan todos los roles como se puede ver en el siguiente gráfico.



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 aquella que está 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 más estables o con mayor 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.



Remuneración de las trabajadoras madres de la industria musical

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:



Remuneración de los trabajadores padres de la industria musical



## 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, al igual que 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 a 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 para la cual legalmente están contratadas**:



Dedicación requerida por el puesto de trabajo



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:



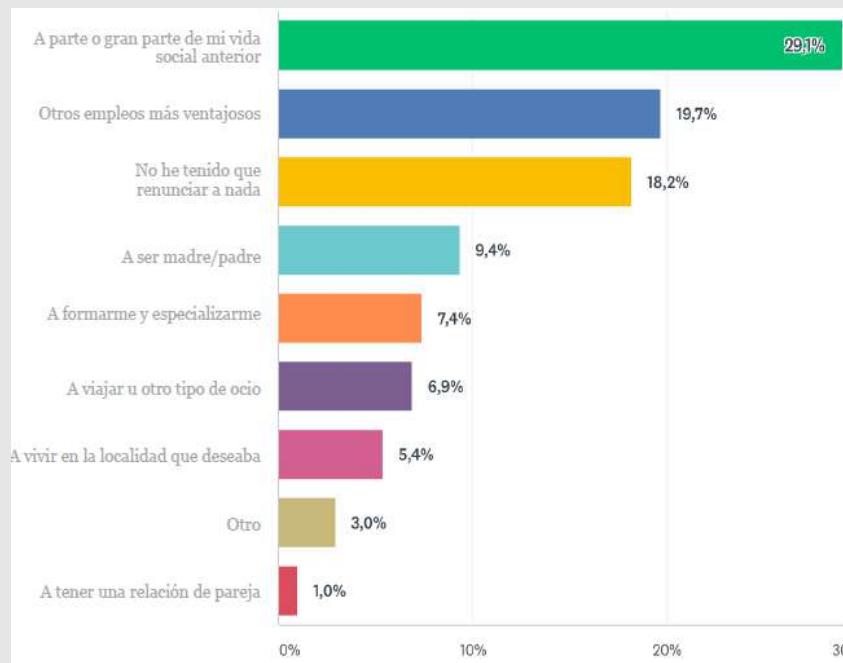
Disponibilidad exigida por el puesto de trabajo

De alguna forma, esta situación de altas exigencias parece estar relacionada con la percepción de las exigencias del puesto de trabajo. Cuando preguntamos a las trabajadoras a qué creen que han tenido que renunciar para alcanzar su posición actual, la gran mayoría de ellas apela a situaciones que tienen que ver con las relaciones, 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 su vida social y familiar en casi el 30% de las veces.** Si a esta renuncia le sumamos la maternidad (9,4%) o tener una relación de pareja (1%) encontramos que los principales elementos que conforman las relaciones sociales – 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 a 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.



Renuncias para alcanzar el puesto y los logros actuales en la industria musical

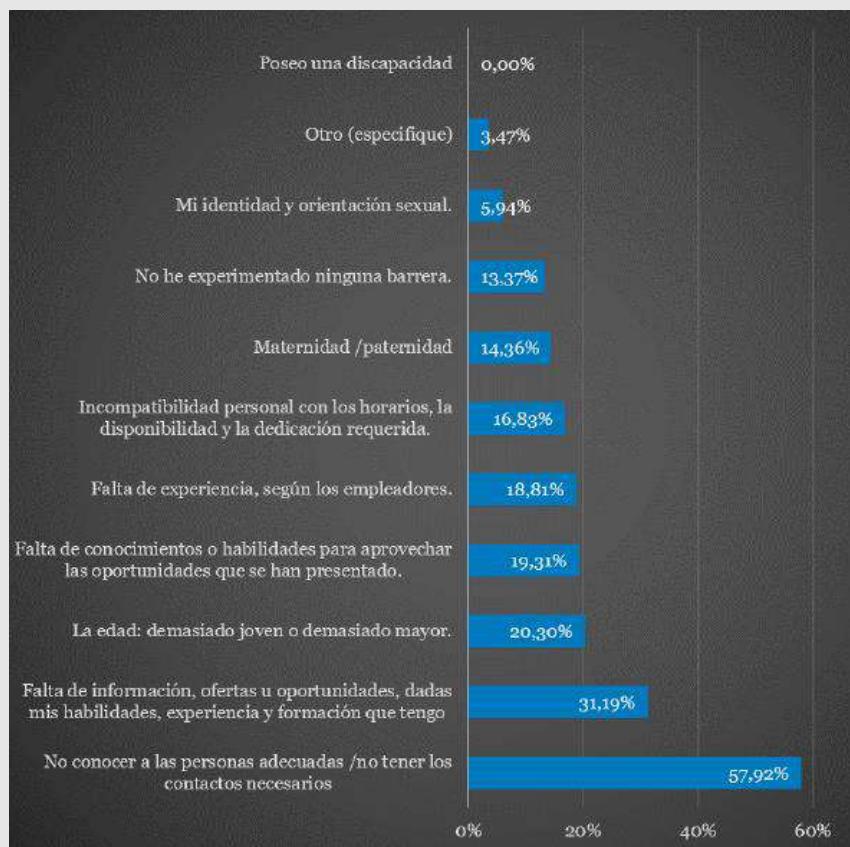
Esta percepción no es igual en el caso de la muestra de trabajadores, donde si bien el 43% considera que ha tenido que renunciar a parte de su vida social, en muy pocos casos se concibe que se haya tenido que renunciar a la paternidad (0,3%) y solo un 2,7% considera que ha tenido que renunciar a tener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

### 2.3.2 Barreras experimentadas

A pesar de que lo relativo a las relaciones sociales 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.**



Barreras experimentadas para el acceso al puesto de trabajo

De las mujeres que han indicado la maternidad como barrera experimentada o percibida o incluso impuesta como tal para alcanzar su puesto de trabajo -14,36%- , son pocas, en proporción, las mujeres que no son madres: un 6,9% frente al 93,3%.

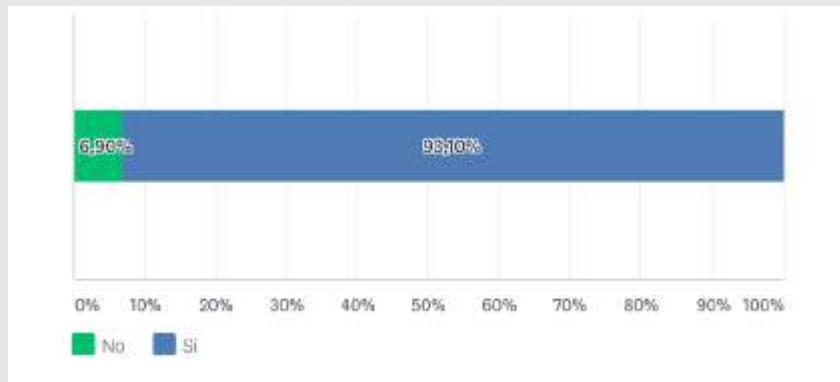
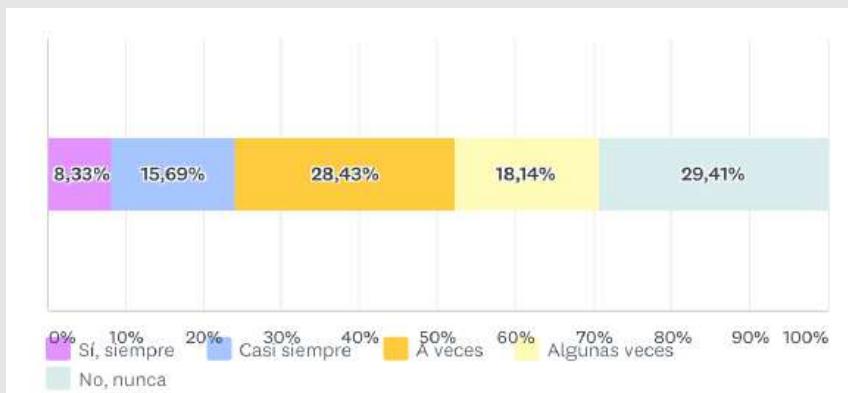


Tabla cruzada: mujeres que perciben la maternidad como barrera y mujeres con hijos.

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.

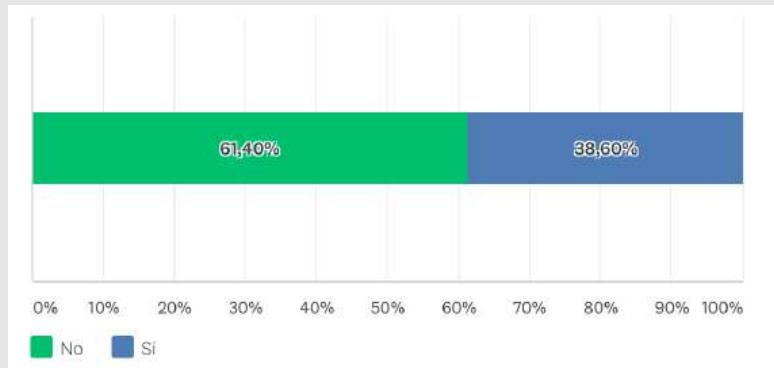
Así pues, casi un 30% afirma que no cree que su sexo haya sido determinante para su contratación, pero el otro 70% sí que lo cree y en más de un 20% de los casos se considera que siempre o casi siempre ha sido así.



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

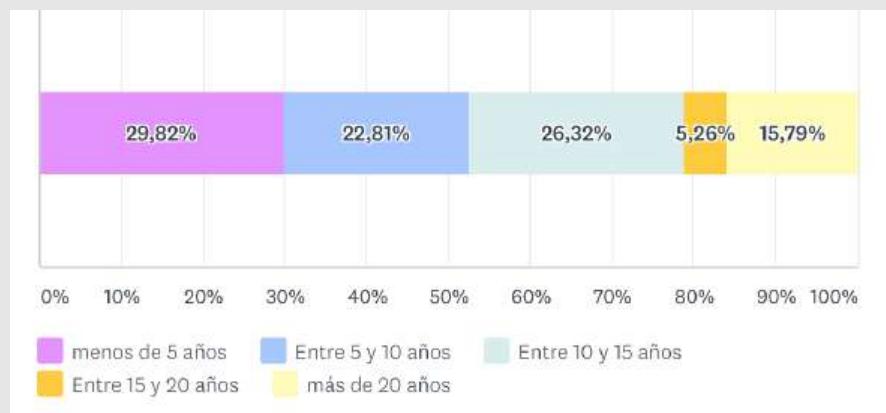


Y si indagamos un poco más en quiénes son ese 70% de trabajadoras que se han sentido discriminadas por su sexo, encontramos que un 38% son madres:



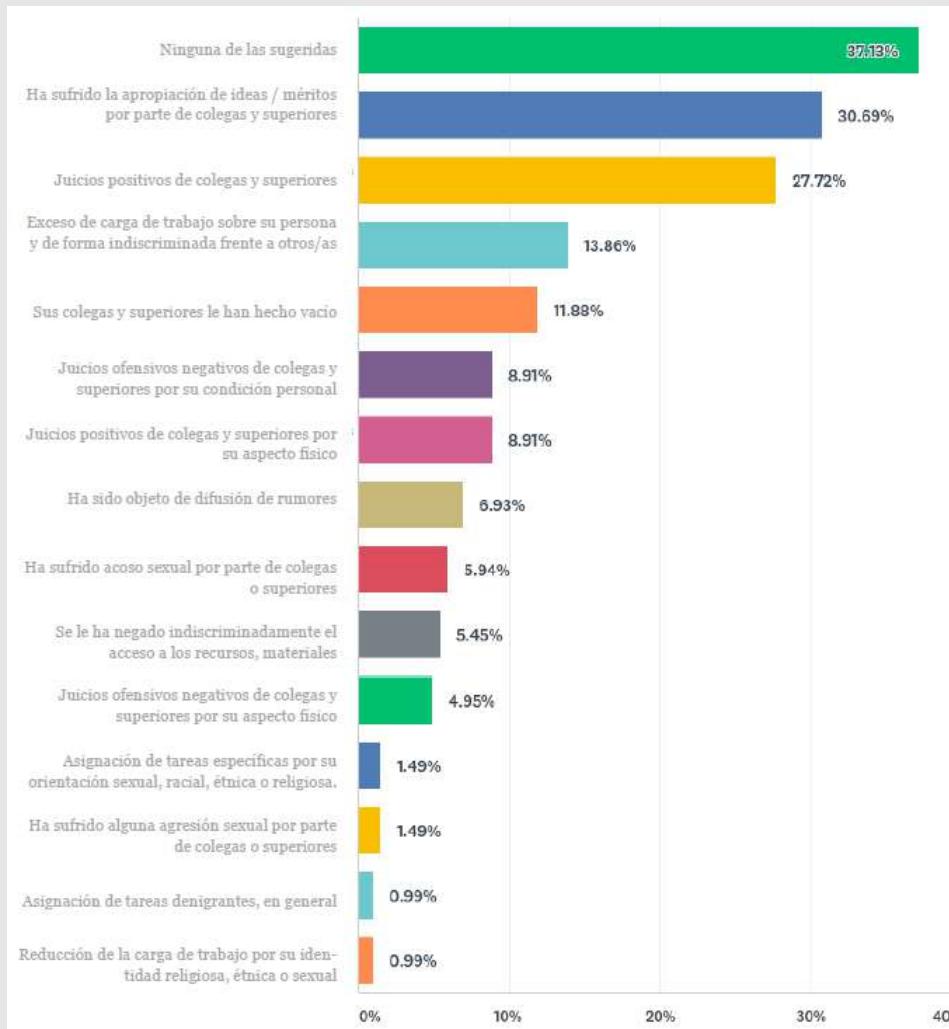
Trabajadoras que son madres

Dato este que explica por qué son también trabajadoras que, principalmente, tienen una larga trayectoria en la Industria musical:



Trayectoria en la Industria musical

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



Características del clima laboral

Si bien a primera vista puede parecer que las experiencias en el clima laboral de la muestra obtenida son mayoritariamente positivas o no discriminatorias, 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 ha experimentado 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*** mediante 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% se haya indicado que se ha sufrido acoso laboral y en un 1,49% de los casos, abusos o agresión sexual.

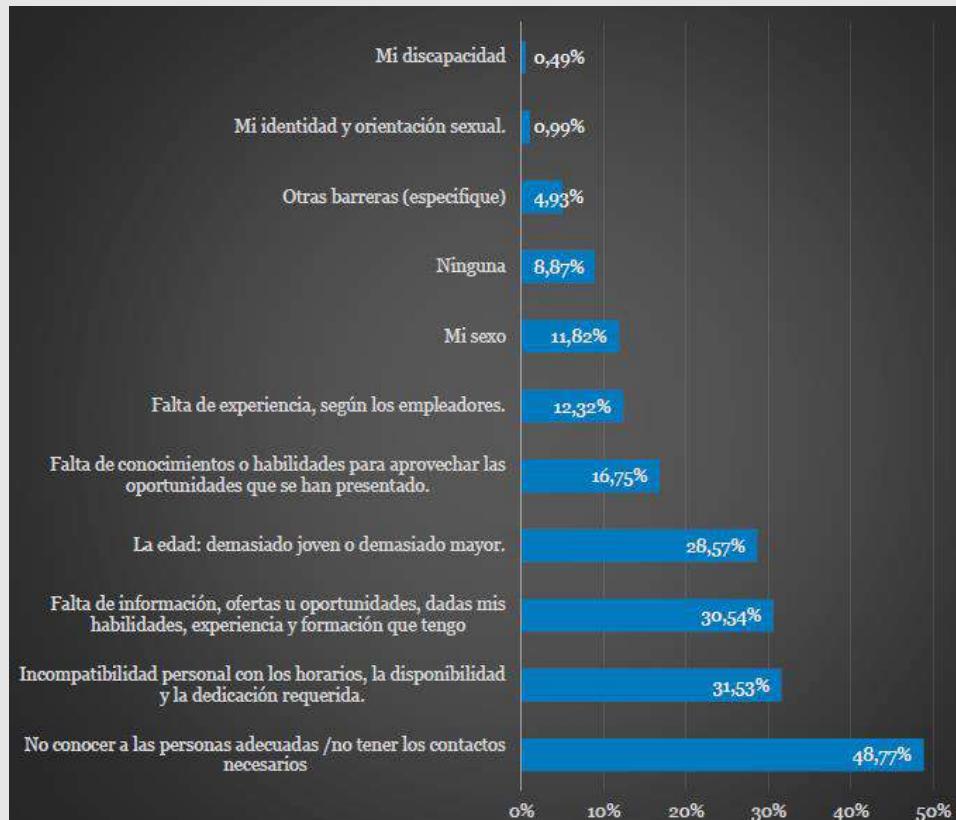
### 2.3.3 Expectativas en la carrera profesional

Partiendo de la presente situación de la industria musical que sus trabajadoras experimentan, la mayoría de ellas – 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:



Expectativas de futuro

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



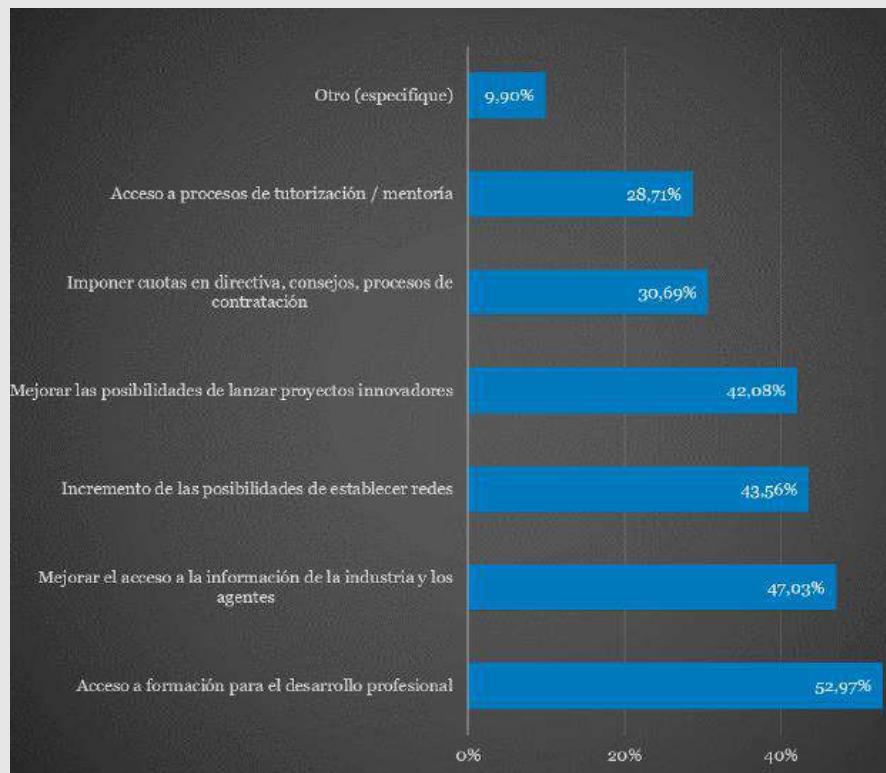
Barreras percibidas para la promoción en la industria musical

De este modo, la principal barrera percibida continúa siendo no poseer el capital social necesario para encontrar mejores puestos de trabajo, seguida de 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 se percibe 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.



Estrategias de mejora a tomar por parte de los agentes de la industria musical

**En segundo lugar, se apela a esa principal barrera experimentada, que tiene que ver con el capital social.** Muchas mujeres consideran que el contacto con los agentes que toman las decisiones en la industria musical no está al alcance de cualquiera, algo que debería ser remediado mejorando el acceso a la información pertinente de la industria, así como a los contactos necesarios. 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.

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.

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.

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.

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.

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, donde 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.

### 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 el discurso en torno a la **iniciativa individual**, la tenacidad y el empeño en hacer lo que una quiere y en seguir adelante.

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.



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

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 las programaciones de algunos festivales o para el Día de la Mujer, pero que no resulten ser una práctica habitual, sino una estrategia de marketing dada la popularización del ideario feminista.

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, tienen menos aspiraciones profesionales que sus colegas masculinos. Las que sí se promocionan son las que rompen este patrón.

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 bien imitar el lenguaje y de las formas de hacer masculinas con humor.

### 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.

Según las participantes, se trata de un hecho social que se enraíza en un problema cultural, de construcción de expectativas. Como decíamos anteriormente, 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.

Así, la falta de reconocimiento de las profesionales, que se considera el problema central en todos los grupos, se 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 diferencia a hombres y mujeres según atributos de género estereotipados.

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

Pero las participantes describen una cultura laboral en gran medida **masculinizada** y excluyente, por ejemplo, en sectores como el periodismo musical, la crítica musical 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.

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 tarde 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.

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.

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.

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



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.

Tercero, **los comentarios**, en forma de bromas, juicios de valor o preguntas, aparecen como 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.

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

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.

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 llevan 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.

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.

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.



### 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**.

Primero, 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.

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.

Las iniciativas como la realización de listas públicas de expertas y referentes se consideran una iniciativa positiva, pero no suficiente.

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 lo tanto, la feminización que contrarresta la masculinización provocaría, en segundo lugar, 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 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 feminizadas.

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



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.

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.

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.



#### 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 sobrerepresentación en los perfiles laborales relacionados al marketing y las relaciones públicas, pero también con representación en 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 con 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 la 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, en la encuesta realizada a las empresas de cuatro asociaciones sectoriales de la industria de la música (APM, ARTE, AEDEM y PROMUSICAE), los cargos de presidencia están ocupados por un 37% de mujeres frente a un 63% de hombres. En el caso de las 3 grandes discográficas multinacionales, las 3 presidencias están ocupadas por hombres.

- La edad (ser demasiado joven o mayor) es apreciada 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 trabajan 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, la conciliación familiar y la precariedad se presentan como dos de las causas que producen este estancamiento.
- 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.
- 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, que es mencionado por 30% de las encuestadas.



- Otro elemento clave señalado sería la transformación de la cultura laboral, considerada todavía machista, que valora en forma de diferencia a hombres y mujeres según atributos estereotipados.
  - 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 tarde al sector (aunque no siempre es 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.
  - Los comentarios, en forma de bromas, juicios de valor o preguntas, aparecen como algo asociado 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. 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 on-line a profesionales de la industria

Ante la falta de un censo en España sobre los trabajadores y las trabajadoras de una denominada industria musical nos encontramos ante 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, optamos por elaborar una encuesta abierta, distribuida electrónicamente a través de email, Twitter Facebook e Instagram, haciendo uso también de la red de contactos que la Asociación Mujeres de la Industria musical 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.

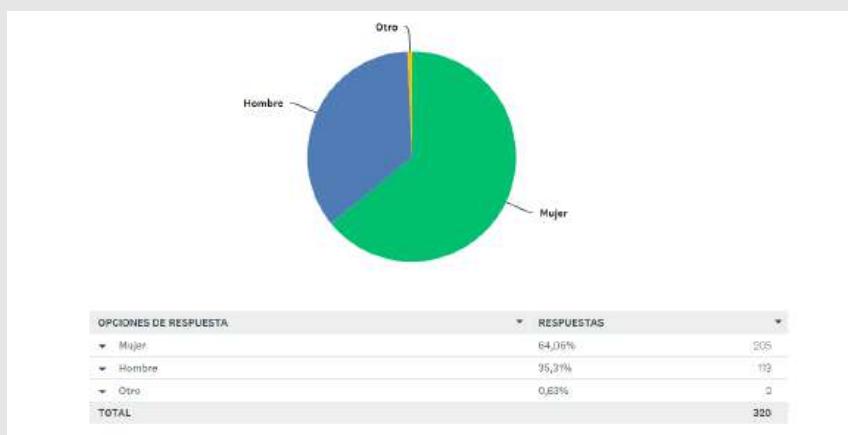
De este modo, y a tenor del objetivo principal de la presente investigación que es conocer la situación y las experiencias de la mujer en tanto que trabajadoras del sector que engloba las actividades productivas musicales, nos hemos encontrado con la necesidad implícita de aproximarnos también al descubrimiento 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 socio lógico como las experiencias laborales vividas dentro de esta industria.

Siguiendo una estrategia de análisis de redes sociales y documentos extraídos de fuentes secundarias con el objetivo de elaborar un marco muestral representativo del sector, 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, así como a 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)–, pudiendo finalmente constituir con ello un marco muestral 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, y ponernos en contacto a través de estas por tal vía o por email, pidiéndoles 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 Mujeres de la Industria de la Música, así como de asociaciones conocidas y colaboradoras de esta primera para, de nuevo a través de email, pedirles que cumplimentaran la encuesta, así como 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. En base a esta doble necesidad, procedimos a elaborar una muestra de hombres que trabajan en el mismo campo.



Distribución de la muestra: n=320



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 trabajadoras 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 la misma 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 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, así como 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, cuanto 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 encontramos 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, como 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 de cara a un futuro profesional – relativo a un conjunto de funciones particulares – y laboral – expectativas de empleabilidad. Lo que tiene que ver más con la cuestión de la percepción y la imagen subjetiva de la persona.

Describa 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. Es por eso por lo que uno de los principales problemas al cual nos enfrentamos es a determinar el grado de reconocimiento de desigualdad o igualdad que experimenta la mujer dentro de la industria musical; reconocimiento como mujer que posee una determinada cualificación, unos conocimientos y que 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 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, València y Bilbao sobre su trabajo y su relación con su vida cotidiana.

**Variables estructurales a tener en cuenta:** nivel de estudios, años de experiencia profesional, categoría profesional, tipo de contrato, tipo de jornada, maternidad y edad.

### Distribución de los grupos:

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



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

G3: mujeres 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.

### Guión 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, y las posiciones ejecutivas y de dirección, ventas, composición y producción 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 por parte tanto del mismo sector como del público?

- El protagonismo de las mujeres como letristas, compositoras, cantantes (solistas, duetos, grupos, opera), 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, tv, 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
Directo-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 peso mayor 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.

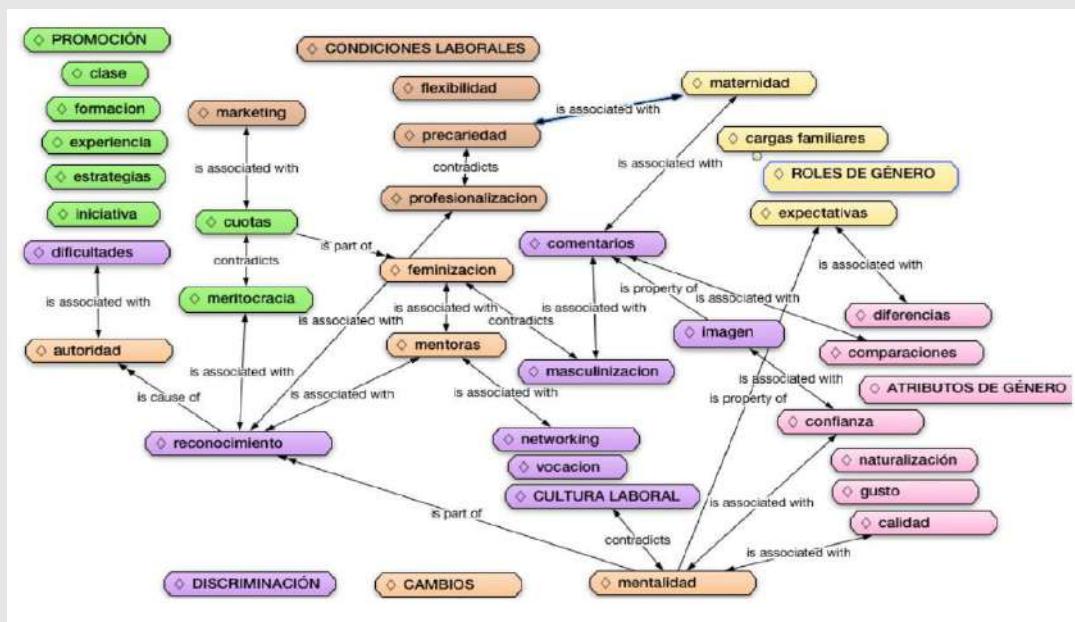
4. Los grupos de discusión suelen contar entre 6 y 12 participantes: Bilbao no llegó a 6 porque dos participantes no se presentaron, pero se consiguió una composición equilibrada y la conversación fluyó; y en Valencia se superaron las expectativas por el entusiasmo de las participantes que vinieron con 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, in vivo y abductiva.
- Transcripción literal y completa de los 4 grupos de discusión.



- Uso del software Atlas. Ti para la formalización de la codificación, agrupaciones y mapas conceptuales.
  - Criterio de saturación y de relevancia.
  - Selección de citas y relación con los objetivos planteados en el diseño para los resultados iniciales.



Mapa Atlas. Ti de la codificación cualitativa de los grupos de discusión realizados en Barcelona, Madrid, Valencia y Bilbao. Junio-Septiembre 2019.



## 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.
- Asociación Clásicas y Modernas, (2019) ¿Dónde están las mujeres en la música sifónica? Fundación SGAE. Recuperado en: [http://www.fundacionsgae.org/es-ES/SitePages/Mediateca\\_Detalle.aspx?i=126](http://www.fundacionsgae.org/es-ES/SitePages/Mediateca_Detalle.aspx?i=126)
- Asociacionmim.com (2019) Quienes somos. Consultado el 15/1/2020. Recuperado en: <http://asociacionmim.com/quienes-somos/>
- Ariño, A. y Llopis, R. (2017) *Culturas en tránsito*. Madrid: Fundación SGAE.
- Armstrong V (2011) *Technology and the Gendering of Music Education*. Farnham: Ashgate.
- Baltar, F. y Gorjup, M.T. (2012) Online mixed sampling: An application in hidden populations, *Intangible Capital* 8 (1): 123-49.
- 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*. Göteborg: Academy of Music and Drama, University of Gothenburg.
- Bourdieu, P. (1973) La Opinión Pública no Existe. Conferencia impartida en Noroit (Arras) en enero de 1972 y publicada en *Les temps modernes*, no. 318, enero de 1973, pp. 1292-1309.
- Bryson, B. (1996) "Anything But Heavy Metal": Symbolic Exclusion and Musical Dis-likes, *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, JM, Barranco, O. (2014) "Condicions del mercat de treball i trajectòries laborals de la joventut catalana" a Sarracant, P. (coord.). *Enquesta de la Joventut de Catalunya 2012*.Barcelona: Direcció General de Joventut.
- Chan, T. W., & Goldthorpe, J. H. (2007) Social stratification and cultural consumption: Music in England. *European Sociological Review*, 23(1), 1–19.
- Cifariello, F. (2017) "Creatività musicale di consumo" en Fele, G., Russo, M., Cifariello, F. (Eds.) *Creatività musicali. Narrazioni, pratiche e mercato*. Milano: Mimesis.
- Clairin, R. y Brion, P. (2001) *Manual de muestreo*. Madrid: La Muralla.
- Del Val, F. (2017) *Rockeros insurgentes, modernos complacientes: un análisis sociológico del rock en la Transición (1975-1985)*. Madrid: Fundación SGAE.
- DiagonalPeriodico.net (Machismo Gafapasta. Publicado: 8/1/2013. Consultado el: 15/1/2020. Recuperado en: [https://www.diagonalperiodico.net/cultu-ras/machismo\\_gafasta.html](https://www.diagonalperiodico.net/cultu-ras/machismo_gafasta.html)



- Du Gay, P. (1997) *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. London: Sage/Open University Press.
- EENCA (2019) *Gender gaps in the Cultural and Creative Sectors (with the exception of the audiovisual sector)*. Brussels: 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*, n.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.
- 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. & 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.
- López Sintas, J.L.; Filimon, N., Cebollada, A. Filimon , N & 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.
- McNeil M (ed.) (1987) *Gender and Expertise*. London: Free Association Books.
- Mas, X. (2017) *La música clàssica contemporània: una perspectiva etnomusicològica*. Tesi doctoral de sociologia, Universitat de València.
- McNeil M (ed.) (1987) *Gender and Expertise*. London: 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.
- Moreno, S. (2015) *The gendered division of housework time: Analysis of time use by type and daily frequency of household tasks. Time & Society*.



Moreno-Colom, S., Ajenjo-Cosp M. & 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: 4/4/2019. Recuperado en: <https://www.musicbusinessworldwide.com/revealed-what-major-labels-are-paying-women-compared-to-men-in-the-uk/>

Página12.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.

Ramos, P. (2010) Luces y sombras en los estudios sobre las mujeres y la música. *Revista musical chilena*, 64(213), 7-25.

Roco, G., Baldi, G., 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

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:

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-Dpt. Sociología-Instituto de la Mujer, Bellaterra.

Torns, T.; 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.

UNESCO (2005) Convención para la protección y la promoción de la diversidad de expresiones culturales. Paris: Unesco. Consulta: 15/1/2020. Recuperado en: <https://es.unesco.org/creativity/convention/texts>

UNESCO (2019) Igualdad de género. Documento publicado por la Entidad de la Diversidad de las Expresiones Culturales Sector de Cultura-UNESCO. Paris: Unesco.

Recuperado en: <https://es.unesco.org/creativity/publications/igualdad-de-genero>

Verd, J.M. y Olivé, J. (1999) Muestreo y recogida de datos en el análisis de redes sociales, *Questio: Quaderns d'Estadística, Sistemes, Informàtica i Investigació Operativa*, Vol. 23 (3): 507-524.



Vlegelsa, J. & Lievens, (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. London: Warner Music UK. Recuperado en: [https://www.wmg.com/sites/g/files/g2000004716/f/201904/WARNER%20MU-SIC%20UK\\_GPG\\_REPORT\\_2019.pdf](https://www.wmg.com/sites/g/files/g2000004716/f/201904/WARNER%20MU-SIC%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.