

A la sombra de los focos

Las trabajadoras de la industria de la música española denuncian la desigualdad existente entre hombres y mujeres

El primer estudio de género del sector, desarrollado por la Asociación de Mujeres de la Industria de la Música (MIM) en 2020, evidenció por primera vez la brecha de género. Después de largos años de discriminación laboral, disparidad económica y acoso, las trabajadoras alzan la voz. Mientras, el colectivo se encuentra desarrollando un segundo informe para valorar la situación después de la pandemia.

Alba Vivancos Callejas

LOS DESAFÍOS DE LAS MUJERES EN LA INDUSTRIA MUSICAL

“A aquel ese hombre se le fue la cabeza, empezó a gritarme y tuvimos que salir escoltadas por el alcalde del pueblo”. Así recuerda, con rabia, la artista y productora Rocío Saiz una de sus últimas citas con el grupo Las Chillers. En mayo de 2017, durante un concierto en las fiestas patronales de Faramontanos de Tábara (Zamora), la cantante fue increpada sobre el escenario.

Aquella noche, entonaban versiones de memorables canciones como ‘Podría ser peor’, de La Casa Azul, o ‘Sueño contigo’, de Camela. Mientras, el público coreaba cada una de esas letras y permanecía absorto en ese paraíso musical, mentalmente alejado de la vida cotidiana.

Pero el concierto se vio interrumpido. Un hombre, que había consumido drogas, apartó a la cantante del escenario y la arrastró hasta un cuarto del que pudo salir gracias a sus gritos de auxilio. Tan solo bastaron unos breves segundos para hacer regresar a los allí presentes a una realidad social de discriminación y desigualdad de género.

Al ser la cara visible de la industria, se tienden a resaltar más las dificultades que sufren las artistas femeninas en el oficio, como la cosificación de las mujeres o el desequilibrio de géneros en las programaciones musicales. Pero esto es solo la punta del iceberg.

“Salía llorando de todos los festivales”, confiesa Rocío Saiz durante una entrevista con EL ESPAÑOL. Aparte de conocer de primera mano el negocio musical *onstage*, domina el *backstage* como nadie. Es artista, productora y creadora de festivales alternativos como La Fiesta Furiosa en la Sala Caracol o el Tsunami Gender Fluid en la Sala Maravillas. Además, ha trabajado como *tour* mánager y técnica de sonido.

“Sobre todo, cuando llegas a un escenario, sabes de eso y directamente ni te miran ni te escuchan. O te anulan o te tratan de menos. Al final, tu autoestima se queda en la mierda”. Periodistas, *managers*, técnicas de sonido, promotoras y productoras, entre otras, lidian diariamente con compañeros que minusvaloran su labor, jefes a los que deben demostrar continuamente lo que valen y obstáculos de directivos que temen perder sus puestos.

Las mujeres de la industria de la música actual en España que trabajan detrás de los escenarios también lo hacen a la sombra de los hombres y del público, enfrentándose a situaciones de disparidad en el empleo, techo de cristal, precariedad económica y acoso.

Por ello, Saiz reconoce que ser mujer en la industria musical es sinónimo de supervivencia: “He querido tirar la toalla muchas veces. La música y trabajar con tíos es muy duro. Te hablan mal y te exigen con malas formas. La noche y la fiesta tampoco ayudan”.

Un antes y un después

Ante la escasez de estudios sobre el tema, la Asociación de Mujeres de la Industria de la Música (MIM) se puso manos a la obra. En 2020 desarrolló un análisis de carácter cuantitativo y cualitativo sobre la situación de las mujeres en la industria musical española con el fin de conocer su coyuntura social, laboral y económica.

Después de analizar más de 90 empresas en base a una muestra de 320 personas, el desarrollo del primer informe de género ha sido esencial para poner sobre la palestra la situación de desigualdad, evidenciarla con cifras de peso y denunciarla ante las administraciones públicas. “Antes no había ningún estudio ni nada tangible. Hablábamos siempre en abstracto”, argumenta durante una entrevista una de las socias fundadoras de MIM, Marcela San Martín.

El diagnóstico es claro: el sector femenino sufre una sobrerrepresentación en perfiles laborales relacionados con la comunicación en detrimento de los oficios más técnicos. Además, existe una brecha económica y salarial, así como

dificultades para conciliar y un mayor estancamiento profesional provocado por las negativas de ascenso y promoción.

La necesidad de actualizar la legislación

La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres permitía la discriminación positiva en favor de la mujer en señaladas circunstancias. Tras su aprobación, se vislumbró un leve aumento del número de mujeres que se incorporaron al mercado de trabajo en el ámbito de la cultura. Según datos de CULTURABase, esta cifra pasó de un 36,4% en 2007 a un 40,8% en 2010. Mientras, el dato masculino se redujo de un 63,6% a un 59,2%.

A pesar de ello, multitud de profesionales denuncian su actual incumplimiento y su escasa efectividad 15 años más tarde, incluso después de la creación en 2019 del Observatorio de Igualdad de Género en el ámbito de la Cultura. “La ley estaba muy bien, pero hay que darle una vuelta de tuerca: hay que hacerla obligatoria y hay que sancionar”, sugiere en una conversación Marisa Manchado, subdirectora general de Música y Danza del Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música (INAEM) entre 2007 y 2008.

En 1998, Manchado realizó una encuesta sobre desigualdad de género en la música a compañeras compositoras que plasmó después en el libro *Música y mujeres. Género y Poder*. Tras replicarla 21 años más tarde, las respuestas fueron prácticamente idénticas. “Es asombroso y un indicativo muy claro de que las cosas no han cambiado”, argumenta la compositora y doctora en musicología.

EN BUSCA DE LA PARIDAD EN EL EMPLEO

La industria musical goza de un enorme interés a nivel sociocultural y mediático. En 2019, antes de la pandemia, se llevaron a cabo 90.000 conciertos en España con una asistencia de 22 millones de personas. Como resultado, se obtuvo una recaudación por venta de entradas de 383 millones de euros, tal y como indica el *Anuario de la música en vivo de 2021* de la Asociación de Promotores Musicales (APM).

Según el último *Informe de género en las salas de música en vivo de Madrid* de la Asociación de Salas de Música en Directo de Madrid (La Noche en Vivo), el 52% del público asistente en 2018 fueron mujeres. Pero estos resultados acerca del consumo de actividades musicales no se ven traducidos en la actividad profesional del sector. “¿Por qué, si compramos la entrada, luego no estamos en

el escenario o detrás de él?”, se pregunta la directora del Palacio Vistalegre de Madrid, Daniela Bosé, en una entrevista concedida a EL ESPAÑOL.

Por su parte, el *Anuario de Estadísticas Culturales de 2021* del Ministerio de Cultura y Deporte de España expone que el dato de la ocupación de empleos culturales de 2021 fue de un 40,7% de mujeres. La disparidad es evidente en cada sector. El Observatorio de Igualdad de Género en el ámbito de la Cultura demuestra que, en literatura, el porcentaje de autoras es de un 37,9%. En el cine, la proporción de mujeres es de un 42,1%. Solo en las bellas artes destaca el empleo femenino con un 72%.

En el sector musical, la disparidad existente hace sonar las alarmas. La proporción del empleo es de un 30,6% de mujeres frente a un 69,4% de hombres. Se podría pensar que esta diferencia ha surgido a causa de la crisis generada por la Covid-19, pero las cifras son muy similares a años anteriores.

El escaso interés en la industria no parece el origen de estos números. Según datos del Ministerio de Educación, en 2020 las mujeres fueron el 56%, el 54% y el 43% de los egresados en enseñanzas elementales, profesionales y superiores de música. “Estamos preparadas y tenemos formación, pero, al mismo tiempo, dudamos más de nosotras mismas. Tiene mucho que ver con cortarnos la hierba por debajo de los pies”, argumenta Marisa Manchado.

Tampoco se trata de falta de mujeres en el sector, la cuestión va más allá. “Hay muchos promotores que tienen la voluntad de contratar más mujeres, pero necesitan un gancho, como Izal, para poder hacerlo. Al final, la gente en los medios de comunicación escucha siempre lo mismo”, alega Rocío Saiz.

La falta de modelos, la exclusión y la escasez de oportunidades son trabas para aquellas que se quieren dedicar a este oficio. “Por ejemplo, las técnicas de sonido, riders, ingenieras y productoras han sido figuras mucho más invisibilizadas y secundarias, a pesar de que hay muchas”, argumenta Ana Gómez de Castro, Product Marketing Mánager de la promotora Live Nation Madrid durante un encuentro *online* con este diario.

A la cabeza del *marketing* y la comunicación

“Me he quedado en un sector en el que las mujeres somos muy bienvenidas: el *marketing* y la comunicación”, explica la directora general de la empresa de eventos en directo LiveNow, Celia Carrillo. Lo hace, junto a otras profesionales, en el documental *Mujeres de la Música*, liderado por Bosé y producido junto a la discográfica BMG en 2017.

En él, 14 mujeres que han logrado derribar el techo de cristal hablaron por primera vez en público sobre sus dificultades en la industria. "Todas sabíamos que era una necesidad", reflexiona su directora. Un antes y un después en el sector español que llegó en años anteriores a las denuncias de agresiones y abusos sexuales encabezadas por el movimiento estadounidense #MeToo.

Según el estudio de MIM, la mayoría de mujeres ejercen puestos de promoción, *marketing* y comunicación en la industria (25,5%), así como de logística, gestión y administración (25%). "Esas figuras profesionales son las primeras que se han referenciado a nivel industria", indica Gómez de Castro.

Pone como ejemplo a la fundadora de la agencia RLM, Rosa Lagarrigue, una de las primeras mujeres *managers* en España. Ella estuvo detrás de las carreras de personalidades como Miguel Bosé o Maná. "Son puestos que nos han ayudado a ver que era posible una lucha y una posición profesional", argumenta.

Esta diferencia en la distribución de géneros según el área u oficio es "otra de las cosas tradicionales de la industria". Así lo explica Leonora García, fundadora de la agencia Ladradora: "En comunicación, el hombre estaba haciendo negocios y tomando decisiones económicas; la mujer, gestionando la prensa y siendo maja con la gente". Su empresa, a diferencia de otras del sector, se compone únicamente de artistas femeninas de música urbana. "¿Y por qué solo de mujeres? Pues porque hay un montón solo de hombres".

Infrarrepresentación de perfiles técnicos

Aún más reseñable es el caso de los trabajos tecnológicos. Según el estudio de MIM, solo un 2,6% de mujeres son técnicas de grabación, frente a un 20% de hombres. "Es como ser albañil. Hay ya un compadreo y un ambiente masculino que creo que desalienta a muchas chicas a meterse en el mundillo", se lamenta la técnica Irene Moreno al teléfono.

En la producción musical ocurre algo similar. Según datos de Spotify, la representación femenina es de un 11% en España y un 13% a nivel mundial. Herminia Martínez es productora, regidora, compositora y cantante. Conoce bien el escenario, pero también el *backstage*. Aunque cumplidos los 45 años es artista emergente con su *alter ego* María Guadaña, lleva más de 25 trabajando sobre mesas de mezclas. "A veces vienen hasta a ponerme bien el pie de micro. No soy subnormal", reprocha.

Ese mismo asombro es el que sintió Guadaña cuando pisó un aula por primera vez. "Hace 25 años casi no había mujeres en el mundo de la música. En el primer

curso que hice en Jaén para técnicos de sonido era la única chica de 18 alumnos". Años después, la situación poco cambió. "Hice una producción en el Teatro Coliseum, en la Gran Vía de Madrid, y eran todo tíos". Aunque algo sí evolucionó: "Yo era la jefa".

MÁS ALLÁ DE LA PRECARIEDAD

Alerta Roja Eventos convocó una manifestación después de la pandemia para exigir al Gobierno medidas urgentes para regularizar el sector musical. Según indica su manifiesto, esta industria emplea a más de 700.000 trabajadores y supone un 3,2% del PIB.

Sin embargo, el sector se caracteriza por la precariedad laboral: pagos irregulares, temporalidad, nocturnidad y jornadas de trabajo de más de ocho horas diarias. "Me he tirado cuatro años cobrando en negro 500 euros. Siempre ponen la excusa de que es porque acabas de llegar o porque llevas ya un tiempo", lamenta Rocío Saiz.

La antigua responsable de programación de la sala madrileña El Sol, Marcela San Martín, también ha vivido situaciones similares. "Cuando empecé estaba alucinada descubriendo un mundo completamente desconocido. No era consciente de las condiciones laborales". Su primer contrato, en otra sala de conciertos en 1982, era de media jornada y trabajaba 12 horas sin pagas extras por 28.000 pesetas al mes (unos 170 euros).

Salarios más bajos que los hombres

Reconoce, además, que ha experimentado en su propia piel la brecha salarial de género. Hubo un momento en el que les subieron el sueldo a todos sus compañeros excepto a ella. Según el estudio de MIM, el 70% de las mujeres del sector musical recibe una remuneración por debajo del salario medio español masculino (alrededor de los 24.000 euros).

La mayoría de ellas cobra una media de entre 10.800 y 16.800 euros, dato que también coincide con el de los hombres. No obstante, hay más casos de empleados que cobran más de 25.201€ y de trabajadoras que reciben ninguna o muy poca retribución. Generalmente, la brecha salarial tiende a reproducirse por el tipo de puestos que ocupan las mujeres: menos valorados y alejados de los altos puestos directivos.

A raíz de la pandemia, el sector ha sufrido una crisis notable que se ha sumado a la de 2008. Para cuantificar su repercusión sobre las mujeres, MIM está

desarrollando un segundo informe de género. A pesar de que han pasado dos años de la publicación del último, la asociación espera resultados similares. "Hemos retrocedido. ¿Y quién sale perjudicado? Las mujeres, porque somos las que cuidamos, las que nos quedamos en casa y las que atendemos", critica San Martín.

Dificultad para conciliar

Todo esto agrava la coyuntura a las mujeres. Lo subraya la responsable de Product Marketing en Live Nation, Ana Gómez de Castro: "Es muy difícil la conciliación familiar en una industria donde trabajamos 365 días al año". Según el estudio de MIM, la mayoría de trabajadoras del sector tienen entre 30 y 40 años. Pero solo un 26,83% tienen hijos, de las cuales, la mayor parte ocupa puestos técnicos o de dirección.

De ellas, cerca de la mitad reconoce que ha tenido impedimentos para encontrar trabajo. En el caso de los hombres, esta última cifra es del 12,9%. Noelia Macias, técnica de sonido de 34 años, se está planteando incluso cambiar de profesión porque desea ser madre: "Es incompatible con lo que yo quiero".

DERRIBANDO EL TECHO DE CRISTAL

"El techo de hormigón sigue estando ahí", sentencia Daniela Bosé. Tal y como muestra el informe de MIM, alrededor del 90% de las mujeres accedió a su primer empleo en la industria con formación universitaria, especializada y conocimientos de idiomas.

Sin embargo, tan solo un 37% de las empresas del sector están lideradas por personas de género femenino, mientras que el dato masculino es de un 63%. "Hay mujeres preparadas y competentes, pero muchas veces ni tan siquiera llegan a la selección", critica la directora del Palacio Vistalegre de Madrid.

Daniela Bosé fue de las primeras en esquivar ese techo en España, convirtiéndose en la mujer más joven en dirigir una compañía editorial, con 31 años. Lo hizo en Ediciones Musicales PolyGram, actualmente integrada en Universal Music Group. Desde su llegada a la dirección del Palacio Vistalegre en 2018, ha cuidado con todo detalle el tema de la igualdad. Por ejemplo, las empresas encargadas del *merchandising* (Amamusic) y del *catering* (A Mesa Puesta) están fundadas y gestionadas por mujeres.

Mujeres en altos cargos

La distribuidora Ticketmaster es de las pocas empresas musicales en España cuya máxima ejecutiva es una mujer. Tras 11 años al frente de las áreas Financiera, Legal y de Recursos Humanos, Ana Valdovinos ejerce la función de directora general desde julio de 2021.

La compañía cuenta actualmente con un equipo formado por un 49% de mujeres y un 51% de hombres. "Lo ideal es un equipo mixto porque es más creativo y muchísimo más productivo", expresó en el primer congreso de Mujeres de la Industria de la Música, organizado por MIM en noviembre del año pasado.

Las mujeres han logrado alcanzar puestos intermedios, pero todavía se las aleja de las presidencias. En España, los tres sellos discográficos más poderosos pertenecen a las tres principales multinacionales de la industria musical global: Sony, Warner y Universal. En este caso, las tres filiales españolas están dirigidas por hombres.

Cuotas: entre la obligatoriedad y la pedagogía

Una de las medidas que más controversias causa en las políticas sobre paridad es la implantación de cuotas de género, una herramienta temporal de discriminación positiva para lograr una mínima representación de mujeres.

"Si por las buenas en los consejos de administración siguen siendo mayoritariamente hombres, tendrán que imponer una cuota", piensa Bosé. "Si simplemente con el paso del tiempo, con la educación y con campañas seguimos igual, habrá que empujar de otra manera. No tienen que existir siempre, sino imponerlas hasta llegar a una normalidad".

Pero el debate emerge a causa de la gruesa línea entre la imposición y la enseñanza. "No hay que imponer, hay que enseñar por qué hay que incluir mujeres. El mensaje tiene que ser pedagógico", expresa Rocío Saiz. Bosé pone el foco en la ciudadanía. Una industria que no tiene en cuenta a las mujeres es "una sociedad injusta que no representa la realidad. Tenemos que intentar tener un mundo donde la diversidad esté representada", concluye.

COMBATIR LA DISCRIMINACIÓN

Los estereotipos de género también cobran protagonismo en el asunto, pues la valía y capacidad de las mujeres pasan a un terreno secundario cuando van

acompañadas de un hombre. Según el estudio de género de MIM, alrededor de un 30% de las mujeres sufre apropiación de ideas por parte de los hombres y un 14% es víctima de juicios ofensivos.

Como técnica de sonido, Noelia Macias se ha enfrentado en diversos eventos a comentarios como "¿dónde está el técnico de sonido?", cuando la tenían a ella delante. En otra ocasión, "deja al macho mear" fue la respuesta que recibió cuando avisó a un hombre de que estaba colocando mal la carga en un camión.

Un 7% de mujeres también ha sido objeto de difusión de rumores, según MIM. "Cuando una mujer tiene éxito, se dice que es porque lo ha conseguido haciendo ciertas cosas. Eso me ha pasado en el trabajo con comentarios entre pasillos", asegura Leonora García. "A muchos artistas hombres les cuesta trabajar con mujeres sin que haya un rol sexual o íntimo", añade.

Llama la atención que un 5,94% ha sufrido abusos sexuales y un 1,49%, agresiones sexuales. Unas cifras que, desde MIM, aseguran que serían mucho más altas si existiera un clima 100% seguro para denunciar todas las situaciones. Por ello, en las jornadas Afinando los acordes en clave femenina, organizadas por la Universidad Complutense de Madrid, se propuso habilitar un correo electrónico de denuncias anónimas.

Necesaria formación en perspectiva de género

La educación es clave para generar cambios en la sociedad. Por ello, la formación en perspectiva de género y en valores culturales debe iniciarse en los centros educativos desde los niveles más elementales. El papel de los gobernantes y las altas esferas es crucial en ello.

"La Administración pública tiene que ser la primera vinculada a estas temáticas y tiene que apoyar todo lo que haya alrededor a nivel local, regional y nacional", argumenta Gómez de Castro, codirectora de Shesaid.so Spain. Hace hincapié en la transparencia de la información y en el acceso a una formación feminista para mujeres y hombres.

La presencia de colectivos feministas, que elaboran informes y manifiestos con el objetivo de exigir el cumplimiento de la ley de igualdad, ha posibilitado el impulso de estrategias concretas para la transformación del sector. Por ello, una parte del mismo se encuentra completamente movilizado respecto a la cuestión. Un ejemplo es el primer congreso de Mujeres de la Industria de la Música, organizado por MIM.

Tras él, la asociación continúa desarrollando un *Manual de Buenas Prácticas* en materia de igualdad. El primer paso ha sido crear una herramienta digital de autoevaluación feminista dirigida a las empresas. Además, en los últimos años han surgido diversas iniciativas. She.grows España, apoyado por YouTube Music, está generando programas de asesoramiento para mujeres de la industria.

Asociaciones como Mujeres en la Industria Musical (MIM), Mujeres y Música (MYM), Clásicas y Modernas (CyM), la Asociación Mujeres en la Música (AMM), la Asociación de Mujeres Creadoras de Música en España (AMCE) y Shesaid.so Spain organizan habitualmente congresos, jornadas de debate, mesas redondas y encuentros culturales para buscar soluciones comunes. "Nos juntamos hace seis años 28 mujeres y, de repente, contarnos historias que estábamos viviendo todas fue como una catarsis", señala San Martín.

En definitiva, la labor más admirable de estas agrupaciones es proteger a las más de 200 mujeres que forman parte del sector musical en España. Sueñan con que las administraciones públicas tomen cartas en el asunto para que así, las mujeres dejen de ser guardianes de la igualdad y, sobre todo, que incidentes como el de Zamora dejen de suceder.