

# BE THE CHANGE 2024

Equidad de género en la música

## Autoras

Hanna Kahlert

Tatiana Cirisano

Sophia Oleksiyenko

## Datos

Kazia Rothwell

## Diseño & edición

Ashleigh Millar

Sam Griffin

# Prólogo

# Melissa Etheridge

No es ningún secreto que la industria de la música siempre ha sido un club de hombres. Décadas de la música han estado marcadas por mujeres increíbles que ocupaban los primeros lugares de todas las listas, pero detrás de escena, las mujeres generalmente han sido dejadas de lado y no se les ha permitido alcanzar las mismas jerarquías profesionales, mientras que los ejecutivos hombres, en general de raza blanca, se han beneficiado con nuestro trabajo.

Cuando yo ingresé a la industria, en la década de 1980, los representantes de A&R que vinieron a verme eran todos hombres. Había muy pocas mujeres en la industria, y esta era la norma en ese momento.

A finales de la década de 1980, la industria comenzó a cambiar. Por fin, la música y las experiencias de las artistas mujeres despertaban algo de interés. En 1988, cuando logré firmar con una discográfica y mi álbum salió a la venta, las mujeres comenzaban a abrirse camino a través de la industria. Tracy Chapman, k.d. lang, Toni Childs y Sinéad O'Connor escribían y publicaban canciones, y las personas finalmente comenzaron a prestar atención y a darse cuenta de que teníamos algo para decir.

En la música, como en la vida, ser mujer implica una serie de obstáculos, visibles y no visibles. Desde desigualdad salarial y un menor sentido de autonomía, hasta innumerables casos de acoso y abuso sexual que han salido a la luz en los últimos años desde todos los rincones de la industria. Y estos obstáculos son peores para las mujeres de color y las personas de género expansivo.

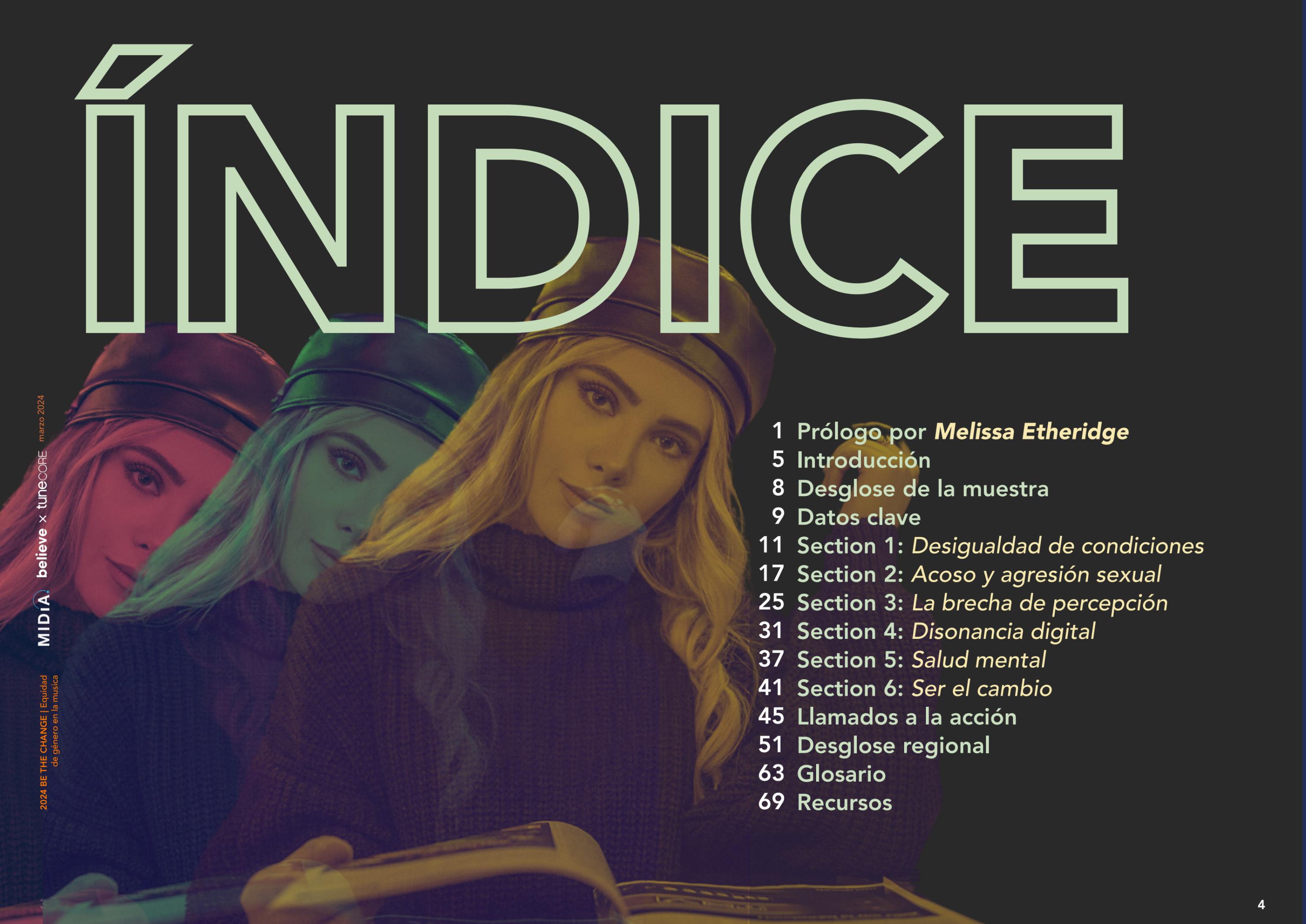
Lo más difícil para mí, también se transformó en una bendición. Tuve la suerte de conseguir trabajo estable en bares para lesbianas en Los Ángeles, así que cuando ingresé a la industria de la música, ya se sabía que yo era homosexual. Esto cambió la forma en la que las personas me trataban. No experimenté el mismo acoso sexual que las mujeres heterosexuales en la industria. Los hombres se mantenían alejados y yo no sabía cómo tratar con ellos, así que, de algún modo, mi homosexualidad me protegió.

Para mí, SER EL CAMBIO (BE THE CHANGE) significa que intentar dedicar tu tiempo y energía para cambiar a los demás es una tarea difícil. El mejor cambio es convertirte en lo que tú quieres. ¿Quieres más paz, más inclusión y comprensión? Entonces, tú debes mostrar más paz, inclusión y comprensión.

He sido parte de la industria de la música desde hace más de 40 años, un largo tiempo para presenciar el progreso que han hecho los/las artistas musicales mujeres y de género expansivo. Es muy importante dar las gracias por ello, para que este trabajo no parezca tan imposible. Antes, las personas eran homosexuales o heterosexuales y, ahora, hay un hermoso arco iris, un abanico completo de seres y formas de ser, y es importante celebrarlo. Lo mejor que podemos hacer es no convertirlo en una cuestión de unos/as contra otros/as. A veces, las personas actúan con base en su propia falta de comprensión y su miedo, así que si tú te conviertes en el amor que quieres ver, es posible que las personas lo sientan y cambien.

La historia de nuestra industria no tiene que ser una visión de su futuro. Estudios como BE THE CHANGE: Equidad de género en la música educan a nuestros pares y ayudan a cerrar la brecha de la percepción mediante la narración de historias, y brindan soluciones sobre las que se puede actuar para combatir la discriminación por cuestiones de género. De esta manera, podemos reformular la percepción de la música. Podemos trabajar juntos para crear una industria más equitativa, accesible e inclusiva, en la que las personas de todos los entornos, sexualidades, capacidades e identidades de género reciban las mismas oportunidades de éxito. Del escenario al estudio de grabación y las salas de directorio, todos tenemos que aportar nuestro granito de arena para que esa visión se haga realidad. Depende de nosotros actuar para combatir la discriminación en todas sus formas. La inclusión es un ingrediente necesario para que nuestra industria prospere. Todos tenemos que SER EL CAMBIO (BE THE CHANGE).

# ÍNDICE

The background of the page features three young women with long hair, each wearing a different colored leather cap (red, green, and yellow). They are looking towards the camera with serious expressions. In the foreground, a pair of hands is seen holding and looking at a document or book.

1	Prólogo por <b>Melissa Etheridge</b>
5	Introducción
8	Desglose de la muestra
9	Datos clave
11	Section 1: <i>Desigualdad de condiciones</i>
17	Section 2: <i>Acoso y agresión sexual</i>
25	Section 3: <i>La brecha de percepción</i>
31	Section 4: <i>Disonancia digital</i>
37	Section 5: <i>Salud mental</i>
41	Section 6: <i>Ser el cambio</i>
45	Llamados a la acción
51	Desglose regional
63	Glosario
69	Recursos

# Introducción

En muchos aspectos, las mujeres han liderado la industria musical en 2023. Las mujeres arrasaron los Grammy en 2024, donde ganaron las cuatro categorías más importantes. Taylor Swift y Beyoncé realizaron giras que batieron todos los récords y, según la iniciativa de inclusión de Annenberg de la USC<sup>1</sup>, el porcentaje de artistas femeninas en la lista de fin de año Billboard Hot 100 de EE. UU. fue del 35 %, su máximo en 12 años. Las iniciativas que generan un cambio positivo están teniendo un impacto real. El informe *Seat at the Table 2024* de Women in CTRL reveló que las mujeres y personas de género no binario ocupaban el 52 % de los puestos del consejo en los 11 organismos comerciales de la industria musical en el Reino Unido, un incremento con respecto al 32 % de 2020. Más de 650 organizaciones y festivales de música a nivel global han firmado ya el compromiso [Keychange](#) para lograr la equidad de género y la diversidad a través de metas autodeterminadas dentro del alcance de su trabajo.

Estos hitos son motivo de celebración. Igualmente, queda mucho por hacer. Sigue existiendo desigualdad, especialmente detrás de escena (p. ej., ninguna mujer ha ganado aún el Grammy al productor del año [no clásico]). Además, las mujeres cisgénero tienen experiencias muy diferentes a las personas de género expansivo<sup>2</sup>, y también se ha demostrado que los factores interrelacionados, como la raza/etnia o la orientación sexual, agravan las desigualdades.

# BE THE CHANGE

## Equidad de género en la música

La profundidad de estos matices queda demostrada en la cuarta edición anual de «*BE THE CHANGE: Equidad de género en la música*». Este informe adopta un enfoque<sup>3</sup> interseccional y analiza los efectos de la superposición de distintas formas de discriminación en la industria musical. Nuestra encuesta global, traducida a 14 idiomas, recopila las opiniones de 4146 personas encuestadas en 133 países, siendo esta nuestra muestra más grande. De las personas encuestadas, 3461 se identificaron como creadores/as<sup>4</sup> y 907 como profesionales<sup>5</sup> (algunos eligieron ambas opciones). También llevamos a cabo ocho entrevistas individuales detalladas con creadoras y creadores de género expansivo de EE. UU., Sudáfrica, Francia, México y la India, en las que aprendimos sobre sus experiencias personales navegando por la industria.

Los resultados reflejan algunas mejoras. Por ejemplo, el 34 % de las mujeres y personas de género expansivo afirman que el acoso sexual<sup>6</sup> ha disminuido en los últimos dos años. Si bien un 60 % de las mujeres de la industria señalan que lo han padecido, esta cifra ha disminuido en comparación con el 82 % de la edición de 2021 de este informe. No obstante, el 47 % de las mujeres y personas de género expansivo encuestadas consideran que la industria musical discrimina por motivos de género, y sigue existiendo una gran brecha de percepción<sup>7</sup> con respecto al 16 % de los hombres que afirman lo mismo. En lugar de esperar a que la industria se ponga al día, muchas mujeres simplemente están *fomentando el cambio*, aprendiendo nuevas habilidades, construyendo organizaciones de apoyo y creando sus propias discográficas.

3 Interseccional: la interrelación de las categorías sociales, como raza, clase, género y edad, y cómo crean sistemas superpuestos de discriminación o desventaja.

4 Creadores/as: en este informe, este término se refiere al segmento de personas encuestadas que señalaron que son creadores/as de música (incluidos los solistas, integrantes de grupos, compositores, productores de música, ingenieros de estudio, ingenieros de mezclas y masterización y DJ).

5 Profesionales: en este informe, este término se refiere al segmento de personas encuestadas que señalaron que ocupan puestos de rango inferior o superior en la industria musical (p. ej., gerente de marketing junior, director general).

6 Acoso sexual: comentarios inadecuados e indeseados, o insinuaciones físicas de naturaleza sexual.

7 Brecha de percepción: es la tendencia según la cual las personas que no se ven afectadas adversamente por la discriminación tienden a ser menos dadas a tener conciencia de la existencia de inequidades.

1 Iniciativa de inclusión de Annenberg de la USC, *Inclusion in the Recording Studio? Gender & Race/Ethnicity of Artists, Songwriters & Producers across 1,200 Popular Songs from 2012 to 2023*

2 Género expansivo: en este informe, este término se refiere al segmento de personas encuestadas que señalaron que se identifican como personas no binarias, agénero, neutras, transgénero o «de otra forma».

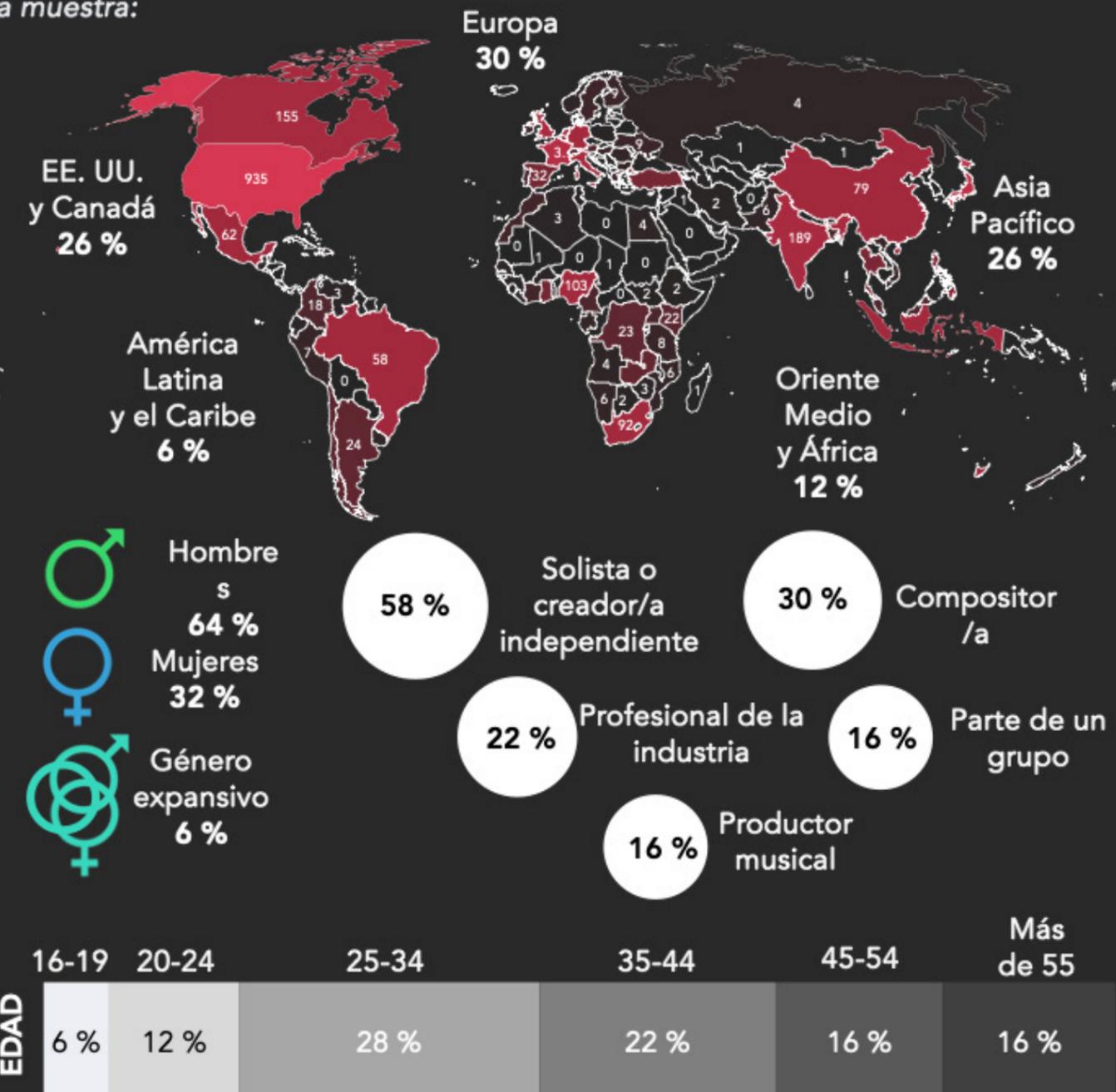
Ante todo, los resultados señalaron tres medidas que las mujeres y personas de género expansivo encuestadas consideran que impulsarían el cambio más positivo a la hora de luchar contra la brecha de percepción, la brecha salarial, el acoso y la agresión:

- Mayor diversidad en los puestos de poder
- Transparencia salarial
- Aplicación de sanciones más estrictas por acoso y agresión

Como es habitual, este informe no solo analiza las desigualdades que impiden progresar, sino que además recomienda estrategias prácticas para convertir la industria en un lugar mejor para todos, compartir los beneficios de la creatividad e innovación que surgen de la diversidad e inspirar a otras personas no pertenecientes a la industria musical a hacer lo mismo. A tal efecto, cada sección se cierra con llamados a la acción específicos y la sección final con una lista completa de recomendaciones. Animamos a todas las personas de la industria musical a leer este informe detenidamente, reflexionar sobre sus conclusiones y comprometerse a *fomentar el cambio también*.

# DESGLOSE DE LA MUESTRA

«BE THE CHANGE: Gender Equity in Music» recopiló las respuestas de 4146 creadores/as y profesionales de la industria musical a través de una encuesta global en línea llevada a cabo en noviembre y diciembre de 2023. Composición de la muestra:



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146  
 Fuente de la imagen: Oficina Australiana de Estadística, GeoNames, Microsoft Open Places, OpenStreetMap, TomTom, Zenrin  
 Nota: Los roles e identidades de género no son mutuamente excluyentes; las personas encuestadas pueden escoger más de una opción

# Datos clave

- El 49 % de las mujeres y el 41 % de las personas de género expansivo afirma que la industria musical es «**generalmente discriminatoria**» en términos de género. Esto contrasta con que solo el 16 % de los hombres lo afirme, lo que pone de manifiesto la «**brecha de percepción**»
- **Tres de cada cinco** mujeres en la industria musical han sufrido **acoso sexual y una de cada cinco, agresión sexual**
- Más del 70 % de las mujeres que sufren estas situaciones **no las denuncian**, siendo el **miedo a las represalias y no creer que fuera a cambiar nada** los motivos más comunes
- Más de la mitad (56 %) de las mujeres que denunciaron agresiones sexuales afirman que sus denuncias fueron **ignoradas o desestimadas**, a casi una tercera parte se les pidió que las **mantuvieran en secreto**, e incluso, el 12 % de ellas fueron **despedidas** posteriormente
- El **peso recae sobre las mujeres**, que adaptan su comportamiento para evitar conductas indebidas, en lugar de sobre los culpables y la industria en general, que ante todo deberían evitar que ocurriera.
- Las mujeres y las personas de género expansivo tienen el **doble de posibilidades** que los hombres de **descubrir que les pagan menos** que a sus colegas con cargos iguales o similares (34 % en comparación con el 17 % en el caso de los hombres)
- **Factores de identidad:** el 49 % de las mujeres de razas u orígenes étnicos marginalizados han descubierto que les pagan menos que a sus colegas
- Las mujeres y las personas de género expansivo creen que, para generar un cambio positivo, lo más importante es aumentar la **diversidad en los cargos de poder**, la **transparencia salarial** y el **cumplimiento más estricto**
- Las mujeres y las personas de género expansivo **no confían** en que los **ejecutivos/as del sector** implementen el cambio, por lo que muchas de ellas son quienes están *fomentando el cambio*

# BE THE CHANGE

## Equidad de género en la música

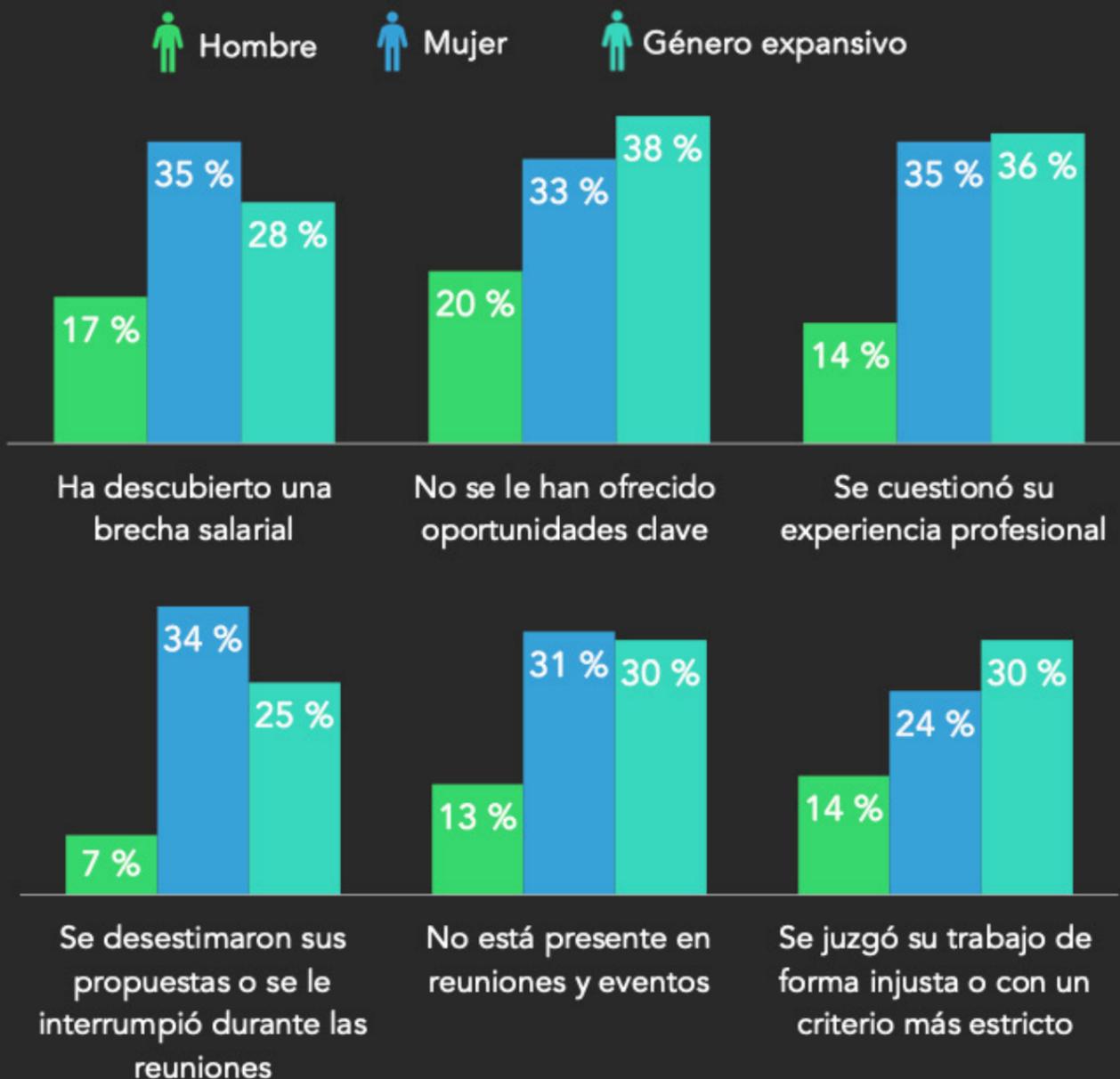
### ¿Qué ha cambiado?:

- **(Para mujeres y personas de género expansivo en los últimos dos años)**
- Si bien está claro que queda mucho trabajo por hacer, un tercio vio un descenso en los niveles de acoso
- Casi la mitad afirma que ha mejorado su confianza y automotivación
- Cerca de un tercio indica que las oportunidades de progreso y promoción profesional han mejorado
- El 28 % confirma que la diversidad del personal ha aumentado, y el 31 % añade que también ha observado un incremento en su reconocimiento



# DESIGUALDAD DE CONDICIONES

Las mujeres y las personas de género expansivo son más propensas que los hombres a experimentar contratiempos profesionales



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146

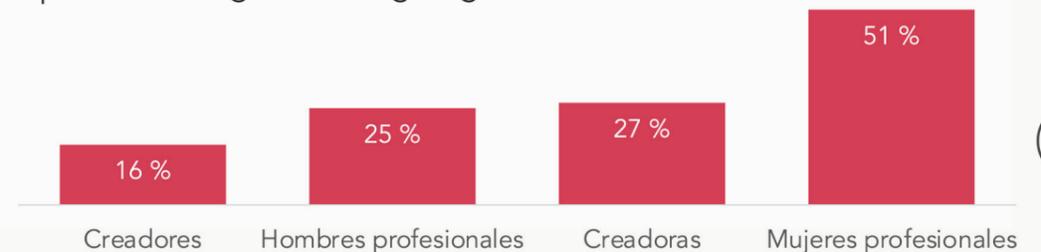
Si bien todos se enfrentan a los desafíos básicos de hacer carrera en el mundo de la música, las mujeres y personas de género expansivo son más propensas que los hombres a indicar que experimentan una amplia gama de contratiempos profesionales, tanto de manera sutil como abierta.

## Brecha salarial

Quizás lo más flagrante es que las mujeres tienen el doble de posibilidades que los hombres de descubrir que les han pagado menos que a sus colegas con cargos iguales o similares: 35 % frente un 17 %, respectivamente. El 28 % de las personas de género expansivo han descubierto que les han pagado menos. Los resultados de la encuesta reflejan que la brecha salarial<sup>8</sup> es más notoria en la industria musical que entre los/as creadores/as: un 51 % de las mujeres profesionales lo han descubierto, en comparación con un 27 % de las creadoras. La brecha salarial probablemente está incluso más generalizada de lo que indican estas estadísticas y habrá más personas que reciben una remuneración desigual sin saberlo tan siquiera.

## Los profesionales son más propensos que los creadores a descubrir la brecha salarial

Porcentaje de personas que han descubierto que les pagaron menos que a sus colegas con cargos iguales o similares



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146

<sup>8</sup> Brecha salarial (o diferencia salarial): se trata de la diferencia de remuneración/salario medio entre dos poblaciones (en este informe, hombres frente a mujeres y hombres frente a personas de género expansivo).

## «Siempre en un nivel secundario»

La brecha salarial está arraigada en una tendencia generalizada a infravalorar las contribuciones de las mujeres y las personas de género expansivo. Son mucho más propensas que los hombres a ser excluidas de eventos y reuniones importantes y a que sus propuestas se desestimen o se les interrumpa cuando están presentes. También son mucho más propensas a que se cuestione su experiencia profesional, no se les ofrezcan ascensos ni oportunidades clave, no reciban reconocimiento por su trabajo y se juzgue su trabajo de forma injusta o con un criterio más estricto que a los hombres.

Las entrevistas se hicieron eco de estos sentimientos. Francisca Valenzuela, cantautora y fundadora de la plataforma feminista Ruidosa, describió cómo las mujeres se encuentran *«siempre en un nivel secundario con respecto a sus compañeros varones [...] Tus méritos, tus reconocimientos y tu historia no son suficiente. El hecho de que el público te esté escuchando y yendo a tus conciertos no es suficiente»*. La artista neoyorkina Yasmina recuerda cómo desconfiaron repetidamente de mujeres para instalar el equipo de estudio en uno de sus cursos universitarios: *«Siempre le pedían primero a los hombres que lo hicieran [...] y si lo hacíamos nosotras, decían “¿Puedes comprobar que esté todo correcto?”»*.

## Cuando los baches se convierten en señales de detención

Existe un límite en lo que se puede hacer para sortear estos obstáculos antes de chocar contra un muro. Inevitablemente, el progreso empieza a depender de otras personas, concretamente de los hombres al mando, que actúan como «guardianes». Aunque los hombres son más propensos que las mujeres a indicar que «están teniendo dificultades para avanzar en sus carreras» (36 % y 28 %, respectivamente), las mujeres son más propensas que los hombres a indicar que «han evolucionado profesionalmente, pero el progreso se ha vuelto más lento» (28 % y 19 %, respectivamente). Este es el equivalente estadístico al techo de cristal. Un creador/a de género no binario<sup>9</sup> recordó la reticencia de las grandes discográficas a reunirse con él/ella, a pesar de tener una canción viral y agotar sus conciertos. Mientras tanto, sus *«colegas que acababan de llegar a la industria estaban firmando contratos, recibiendo las mejores ofertas...»*. Esto le hizo cuestionarse si existe un límite en cuanto a lo exitoso que pueden llegar a ser los creadores de género no binario.

<sup>9</sup> No binario: persona que se identifica con una identidad de género que no es completamente masculina ni completamente femenina.

## La raza y la orientación sexual son factores de la desigualdad

El ascenso es incluso más complejo para las mujeres encuestadas que señalaron características de identidad adicionales. Casi la mitad (49 %) de las mujeres pertenecientes a grupos raciales/étnicos marginados afirman que han descubierto que les han pagado menos que a sus compañeros varones; así como un 44 % de las mujeres con discapacidad y un 41 % de mujeres pertenecientes al colectivo LGBTQIA+. En cambio, un 31 % de las mujeres sin características de identidad adicionales descubrieron una brecha salarial con respecto a sus colegas.

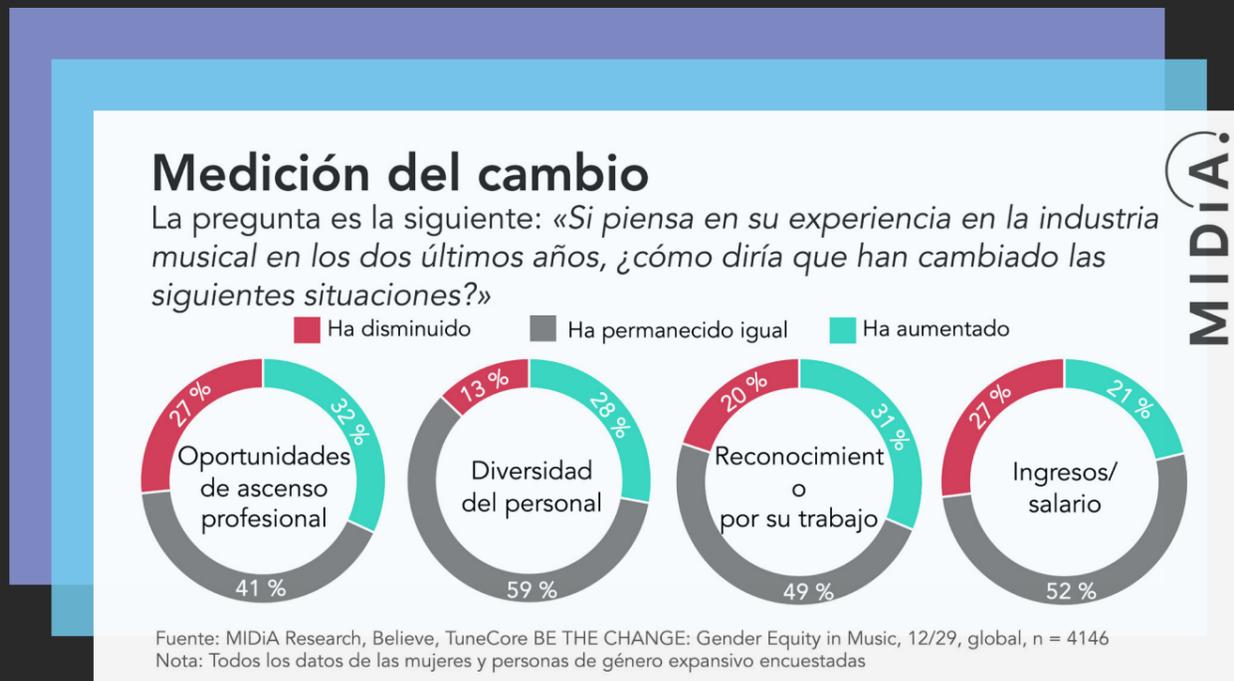
## La maternidad como obstáculo

Las madres o cuidadoras son algo más propensas que las demás a enfrentarse a desafíos profesionales. Esto podría indicar que la maternidad no es un obstáculo del mismo modo en que lo era antes. O, por el contrario, podría implicar que todas las mujeres sufren un sesgo inherente por ser percibidas culturalmente como las principales cuidadoras. Asimismo, esto no refleja en absoluto el trabajo adicional que llevan a cabo estas mujeres detrás de escena. Una creadora declara: *«Muchos artistas y compositores se sacrifican por esto y [...] duermen en sofás. Nunca he tenido esa opción [...] Siempre he tenido que sacrificarme y esforzarme al máximo para darle un hogar a mi hijo»*. Los padres o cuidadores también son algo más propensos que los demás a enfrentarse a desafíos profesionales, pero no en igual medida. Dicho de otro modo, es un poco más difícil tener hijos en la industria musical que no tenerlos, pero sigue siendo más complejo para las madres.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> El tamaño de la muestra de personas de género expansivo es demasiado pequeño para realizar un análisis exhaustivo.

## La pasión ayuda a los/as creadores/as a seguir adelante

Estos desafíos se van acumulando. Una de cada tres mujeres y personas de género expansivo se han planteado abandonar la industria, en comparación con uno de cada cinco hombres. De las mujeres y personas de género expansivo que se han planteado abandonar la industria, la mitad lo han hecho debido a la cultura de esta y algo menos de la mitad por la falta de oportunidades o ascenso profesional. Pese a todo, casi tres cuartas partes de quienes consideraron abandonar, incluyendo a todos los géneros, afirman que la pasión que sienten por su trabajo es lo que les hizo quedarse. «Siento que me encuentro exactamente donde debería estar porque me encanta todo lo que hago, incluso en los días más difíciles», indica la artista sudafricana de amapiano Khanyisa. La cantautora armenia Rosa Linn afirma: «Si realmente no puedes vivir sin aquello a lo que te dedicas, nada podrá detenerte».



**¿Ha cambiado?** Si bien un tercio de las mujeres y personas de género expansivo afirman que ha aumentado el número de oportunidades de ascenso profesional, la diversidad del personal y el reconocimiento por su trabajo, esto no se está viendo reflejado en aumentos de salario. Solo una quinta parte de los hombres y mujeres afirma que sus ingresos o salarios han mejorado en los últimos dos años. En términos generales, las mujeres profesionales<sup>11</sup> son más propensas que las creadoras a notar mejoras en estas áreas.

<sup>11</sup> El tamaño de la muestra de personas de género expansivo es demasiado pequeño para realizar un análisis exhaustivo.

## Llamados a la acción:

- **Todas las personas:** Desafíen pequeñas conductas, como interrumpir a las mujeres en las reuniones o cuestionar si pueden hacer correctamente un determinado trabajo. Corrijan a los demás cuando se refieran incorrectamente a otras personas, ya sea pronunciación del nombre, suposición del género o lenguaje diminutivo
- **Liderazgo y Recursos Humanos:** Implementen la contratación a ciegas<sup>12</sup> siempre que sea posible e incluyan la transparencia salarial u orientaciones en las descripciones de los cargos. Utilicen un lenguaje claro y fácil de comprender en los contratos con creadores. Exijan formación sobre diversidad, igualdad e inclusión para los empleados de las discográficas y otras empresas de la industria musical. Firmen el [compromiso Keychange](#) para que las organizaciones de la industria musical (incluidos festivales) logren la equidad y la diversidad de género comprometiéndose a metas autodeterminadas dentro del alcance de su trabajo
- **Instituciones educativas:** tratar por igual a los estudiantes de música desde el principio y utilizar programas como [Women's Audio Mission](#) y [We Make Noise](#) para animar a más chicas y jóvenes de género expansivo a estudiar disciplinas dominadas por hombres, como la producción y la ingeniería. En las palabras de la artista de música clásica Lise de Salle: «Todavía existe una tendencia en los modelos educativos de afirmar que los hombres y las mujeres deberían actuar de un modo determinado [...] Si somos buenos para algo, démosles las mismas oportunidades a todos para expresar su potencial». Proporcionar recursos de educación musical más accesibles (como los que ofrecen [Music Ally](#) y [Gen Admission](#)) también ayudará a los/as creadores/as de todo tipo a alcanzar el éxito
- **ONG:** los/as creadores entrevistados/as exigieron repetidamente sindicatos, la defensa de la protección de los trabajadores independientes y contratados, y estándares del sector que hagan a todos responsables, ya sea en cuanto a la sanción de conductas indebidas o la supervisión de la igualdad salarial. «Es una industria sin normas ni estructura», afirma un/a artista. «Resulta muy fácil perderse y no saber cuáles son tus derechos ni tu valor»
- **Gobiernos:** instamos a más Gobiernos a aprobar leyes que exijan transparencia salarial en las ofertas de empleo, ya que más de 13 estados de los EE. UU. ya la han promulgado (p. ej., [sección 194-b de la Ley Laboral del Estado de Nueva York](#))

<sup>12</sup> Contratación a ciegas: proceso de ocultar la información personal de un candidato (como su nombre o fotografía) que pudiera influir o sesgar una decisión de contratación.

# ACOSO Y AGRESIÓN SEXUAL



**3 de cada 5**  
mujeres en la industria musical han experimentado **acoso sexual**

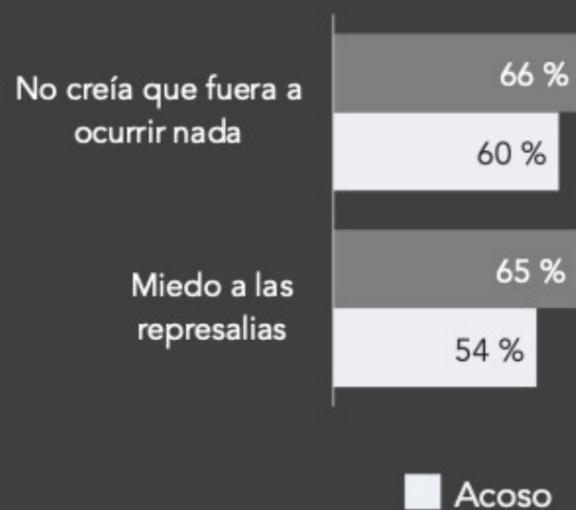
**El 72 %**  
no lo denunció



**1 de cada 5**  
mujeres en la industria musical ha experimentado **agresión sexual**

**El 77 %**  
no lo denunció

¿Por qué las mujeres no denunciaron su experiencia?\*



¿Qué ocurrió cuando las mujeres denunciaron su experiencia?\*



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 414  
\* Lista no exhaustiva

La sexualización de la mujer es el origen de muchos problemas. El 79 % de las mujeres y personas de género expansivo han sentido la presión para tener buen aspecto durante su trayectoria en la industria y algo menos de la mitad ha sentido esto «con frecuencia». Esta cultura generalizada de la cosificación<sup>13</sup> va en aumento, con una asombrosa cifra de tres de cada cinco mujeres de la industria musical que han sufrido acoso sexual y una de cada cinco que ha sufrido agresiones sexuales<sup>14</sup>. Esto supone una ligera mejora con respecto a los datos de nuestro informe de 2021, donde cuatro de cada cinco mujeres indicaron que habían sufrido acoso sexual. Las personas de género expansivo son algo menos propensas que las mujeres a sufrir acoso (52 %), pero algo más propensas a sufrir agresiones sexuales (26 %). La gran mayoría de estas personas no denuncia estas situaciones y a menudo sufren las consecuencias cuando lo hacen.

## Normalización

La cosificación se ha vuelto tan habitual que se ha normalizado peligrosamente. Aproximadamente un tercio de las ocho personas a las que hemos entrevistado han relatado incidentes en los que un gerente o productor les profesaba su amor o hacía insinuaciones sexuales. Algunos ejemplos más sutiles son pedirle a una artista de música clásica que lleve un vestido en lugar de unos pantalones para actuar y la costumbre en Bollywood de sustituir a artistas por modelos en sus propios vídeos musicales, algo que no le ocurre a los hombres. Cuando Yasmina se propuso aprender a producir, le dijeron que «una mujer solo puede ser la imagen de un disco, lo que ocurre en segundo plano no es asunto suyo».

Las acusaciones de acoso sexual en la prensa se han vuelto tan comunes que algunas personas temen que la industria se esté volviendo insensible. «Da miedo cómo alguien puede ver un titular y decir “Ah sí, se veía venir” y dejar el teléfono», dice Yasmina. «Que una persona acose a otra nunca debería ser algo normal». Animar a las mujeres y personas de género expansivo a pronunciarse sobre conductas indebidas y permitirles que lo hagan es prioritario, pero el contrapunto es la responsabilidad. Si todo el mundo habla de ello, pero nadie actúa, el comportamiento se normaliza.

<sup>13</sup> Cosificación: tratar a una persona como si fuera un objeto o medio para alcanzar un fin, en lugar de como una persona plenamente autónoma.

<sup>14</sup> Agresión sexual: contacto sexual intencional sin el consentimiento de la otra persona o coaccionarla u obligarla físicamente a realizar un acto sexual contra su voluntad.

## Espacios inseguros

Algo menos de la quinta parte de las mujeres y algo más de una quinta parte de las personas de género expansivo que asisten a espectáculos de música en directo afirman que «suelen sentirse inseguros» al hacerlo. Casi una de cada diez mujeres<sup>15</sup> indican que suelen sentirse inseguras en eventos de networking, discográficas, al actuar en instalaciones de música en directo y en el estudio de grabación o la sala de guionistas. Una de cada veinte personas de género expansivo afirma lo mismo. Las entrevistas revelaron una conducta indebida más frecuente en el estudio de grabación, un entorno íntimo dominado por hombres. «Siempre intentaban ligar conmigo en el estudio», dijo una creadora, como si únicamente estuviera allí «como adorno». Casi todas las personas entrevistadas mencionaron ocasiones en las que sufrieron contacto físico no deseado en el estudio, como masajes no deseados en el cuello o los roces de un creador en las rodillas en cuanto se fue su equipo.

## Una cultura del silencio

Cuando preguntamos a las mujeres por qué no denunciaron el acoso o agresión sexual, las respuestas más comunes son que no creían que fuera a cambiar nada y el miedo a las represalias. Resulta preocupante que las experiencias de las mujeres que sí denuncian esta conducta indebida demuestren que sus temores están justificados<sup>16</sup>. Del total de las mujeres que denunciaron haber sufrido acoso sexual, el 43 % indican que se ignoraron o desestimaron sus reclamos, el 23 % sintieron que les habían incluido en una lista negra<sup>17</sup> y al 10 % las despidieron. Los datos estadísticos son aún más abrumadores para las mujeres que afirmaron haber sido víctimas de agresiones sexuales: el 56 % indican que se ignoraron o desestimaron sus reclamos, el 38 % sintieron que les habían incluido en una lista negra y al 12 % las despidieron. Además, a casi un tercio de las mujeres que denunciaron agresión sexual se les pidió que lo mantuvieran en secreto.

Las personas que denuncian deben sentirse escuchadas y protegidas, y los culpables deben enfrentarse a las consecuencias. De lo contrario parecerá que la mejor opción es permanecer callado. En una industria en la que «todo el mundo es reemplazable», como describe un/a creador/a, debemos empezar sustituyendo a quienes acosan o agreden a otras personas, no a quienes alzan la voz sobre estas cuestiones.

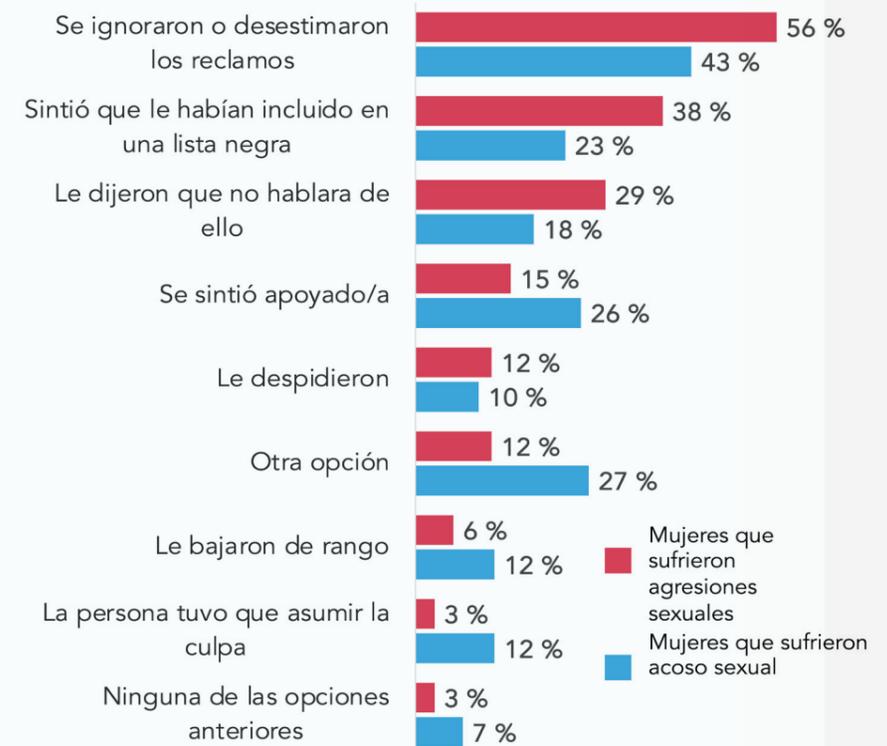
<sup>15</sup> Excluye a quienes no se aplica esta situación.

<sup>16</sup> El tamaño de la muestra de personas de género expansivo es demasiado pequeño para realizar un análisis exhaustivo.

<sup>17</sup> Lista negra: evitar, rechazar, desconfiar o excluir a alguien por comportamientos o actividades que se consideran inaceptables.

## Las mujeres se enfrentan a las consecuencias de denunciar las conductas indebidas

La pregunta es la siguiente: «Cuando contó su experiencia, ¿vivió alguna de las siguientes situaciones? (Seleccione todas las opciones que corresponda)»



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146

MIDiA.

El miedo a las represalias también impide a las mujeres expresarse en el momento. Muchas personas entrevistadas describieron sentirse presionadas para sonreír mientras sus colaboradores les hacían insinuaciones sexuales no deseadas, por temor a que este hombre pudiera enojarse, cancelar el proyecto o incluirlas en una lista negra. Esto perpetúa el problema, dado que el agresor puede interpretar como consentimiento la supuesta complacencia de las mujeres. A muchas mujeres se les impide expresarse debido a la práctica habitual de la industria musical de firmar acuerdos de no divulgación. Además, casi un tercio indicó que sencillamente no sabía cómo denunciarlo, lo cual refleja un importante inconveniente de una industria formada por profesionales independientes. En las palabras de una creadora: «No existen RR. HH.».

## Las profesionales se enfrentan a un riesgo ligeramente superior

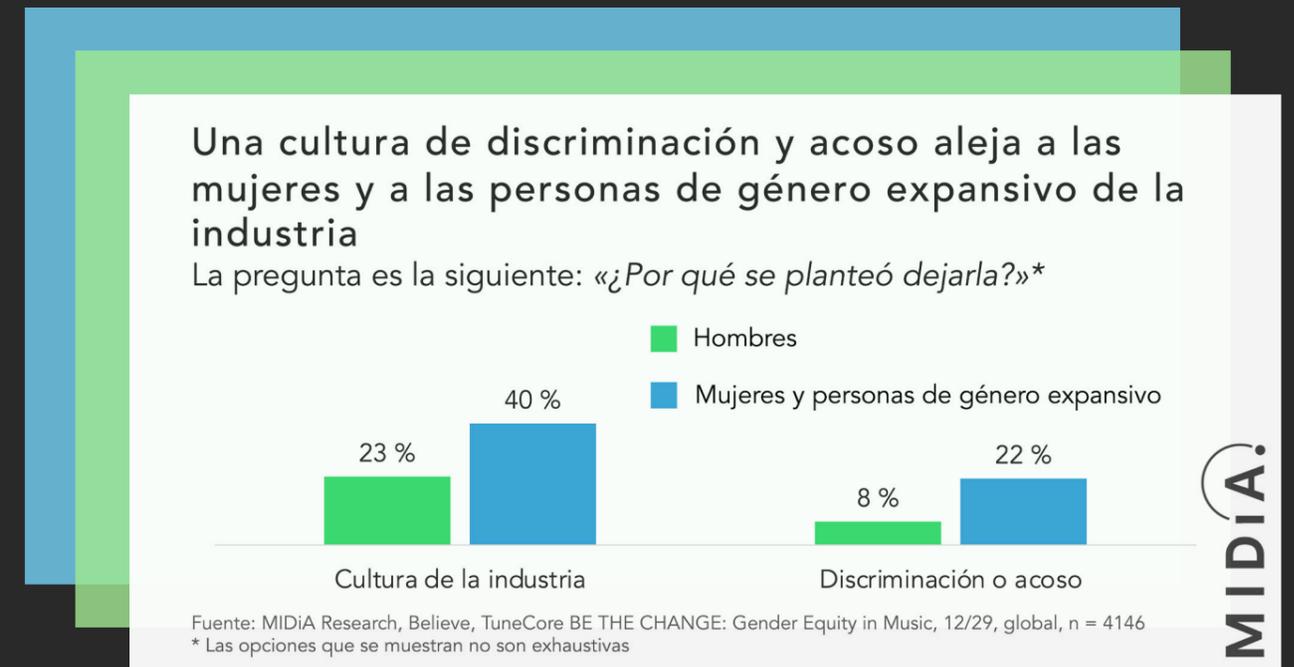
Las profesionales<sup>18</sup> son más propensas a ser víctimas de acoso que las creadoras y también temen más denunciarlo. El 65 % de las profesionales han experimentado acoso sexual, en comparación con el 58 % de las creadoras (por otra parte, las tasas de acoso sexual eran casi idénticas). Sin embargo, una explicación de esto podría ser que el comportamiento inadecuado está más normalizado en entornos creativos, donde los límites entre el trabajo y el ocio están borrosos, mientras que en entornos de oficina resulta más evidente cuando se traspasa un límite. Es más probable que las profesionales se abstengan de denunciar porque no crean que vaya a ocurrir nada y por miedo a las represalias. Sorpresivamente, también son más propensas a indicar que no sabían cómo denunciar la agresión sexual (35 %) que las creadoras (26 %). Esto demuestra que existen lagunas que deben salvar los departamentos de Recursos Humanos en lo que respecta al establecimiento de recursos para denunciar y la formación de los empleados sobre cómo utilizarlos.

## Las mujeres asumen la carga del cambio

En lugar de denunciar las conductas indebidas, las mujeres y personas de género expansivo tratan de evitarlas. Según describe una creadora: «Se convierte en tu problema, tú decides cómo gestionarlo». Las personas entrevistadas afirmaron llevar pantalones deportivos al estudio para evitar la cosificación, hacerse fotos con aficionadas únicamente para evitar que las manosearan y tener siempre presente a un familiar varón para prevenir insinuaciones sexuales no deseadas. Khanyisa incluso compone estribillos con frases como «*quítate de en medio*» («suka» en xhosa) para ayudar a las mujeres a rechazar a los hombres de forma divertida en las discotecas. En otras palabras, el peso de cambiar su comportamiento para protegerse a sí mismas recae en las mujeres y personas de género expansivo, en lugar de en los culpables y la industria en general para poner un fin a este comportamiento. Podría dar la impresión de que el acoso y el abuso están disminuyendo, cuando en realidad las mujeres y personas de género expansivo están adoptando medidas drásticas para evitarlo.

Cuando se quedan sin opciones, recurren a abandonar la industria musical por completo. Tanto las mujeres como las personas de género expansivo tienen el doble de posibilidades que los hombres de señalar la cultura de la industria y la discriminación o acoso como motivos para plantearse abandonar.

<sup>18</sup> El tamaño de la muestra de personas de género expansivo es demasiado pequeño para realizar un análisis exhaustivo.



## A los hombres se les disuade de expresarse

Los hombres son menos propensos a presenciar conductas indebidas (o a reconocerlas al menos): el 37 % de los hombres afirman haber presenciado acoso sexual hacia otras personas, en comparación con el 67 % de las mujeres; y el 14 % de los hombres han sido testigos de agresiones sexuales, en comparación con el 30 % de las mujeres. Algo más de la mitad de los hombres no denunciaron lo que presenciaron y el motivo más común fue que no creyeron que les correspondiera decir nada. Al igual que las mujeres, los hombres también se enfrentan a repercusiones por alzar la voz: al 16 % de los hombres que no denunciaron se les dijo que no hablaran de ello y el 16 % después sintieron que les habían incluido en una lista negra. Resulta irónico que los culpables sean más propensos a rendir cuentas cuando un hombre denuncia conductas indebidas que cuando lo hace una mujer: el 36 % de las denuncias presentadas por hombres desembocaron en rendición de cuentas, en comparación con el 28 % de las denuncias presentadas por mujeres.

## La mitad de los hombres que presenciaron conductas indebidas no las denunciaron



### Motivos por los que los hombres no denunciaron:



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146

MIDIA

**¿Ha cambiado?** La buena noticia es que iniciativas como la campaña #MeToo están teniendo repercusiones. Un tercio de las mujeres y personas de género expansivo afirman que el acoso y las conductas inapropiadas han disminuido en los últimos dos años, mientras que únicamente un 7 % indica que han aumentado. Esto sigue los resultados de los años anteriores: el 82 % de las mujeres indicaron haber sufrido acoso sexual en nuestro informe de 2021 y el 60 % en la edición de este año. No obstante, la mayoría de las mujeres (58 %) afirma que los niveles de conductas inapropiadas han permanecido igual.

## Medición del cambio

La pregunta es la siguiente: «Si piensa en su experiencia en la industria musical en los dos últimos años, ¿cómo diría que han cambiado las siguientes situaciones?»

■ Ha disminuido ■ Ha permanecido igual ■ Ha aumentado



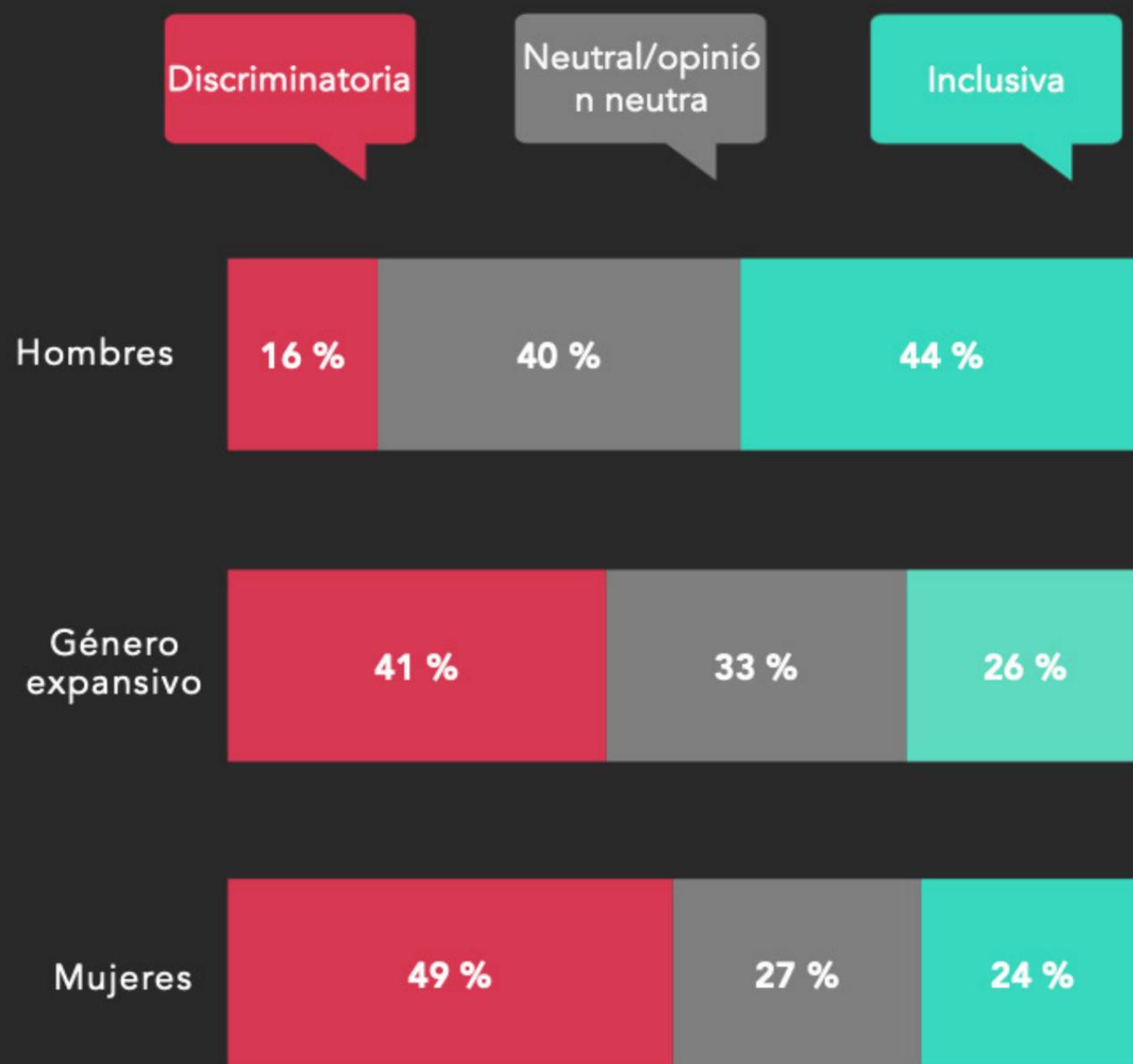
Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146  
Nota: Todos los datos de las mujeres y personas de género expansivo encuestadas

## Llamados a la acción:

- **Todas las personas:** Alcen la voz cuando observen cualquier tipo de conducta indebida. Mantengan todo tipo de contacto sexual, verbal y físico fuera del entorno de trabajo. Firmen iniciativas como la [petición del sindicato de músicos del Reino Unido](#) y la carta abierta de [Safe Spaces Now](#)
- **Liderazgo, RR. HH. y ONG:** Desarrollen sistemas de notificación anónimos, seguros y accesibles como las líneas de atención (p. ej., [el número local 802 de la Federación Estadounidense de Músicos](#)) y céntrense en la responsabilidad. Idealmente, todos los países deberían disponer de una plataforma de denuncia anónima y confidencial financiada por actores de la industria musical y gestionada por un tercero
- **Instalaciones, estudios, etc.:** Desarrollen y publiquen las normas (p. ej., [código de conducta del colectivo We Have Voice](#)) e inclúyanlas en los acuerdos contractuales. Participen en iniciativas como la campaña «Here for the Music» de [Calling All Crows](#) y [Safe Tour](#), que ofrecen recursos y formación en materia de seguridad para crear entornos libres de acoso en los conciertos. Implementen palabras clave para que los patrocinadores les pregunten a su personal si necesitan ayuda durante los conciertos de forma segura (p. ej., campaña [Ask For Angela](#) del Reino Unido). También recomendamos incluir a ciertos sistemas en una lista segura, como el [sello de calidad ACT RIGHT](#), que se le otorga a las empresas musicales que defienden las prácticas de prevención y toma de conciencia en torno al acoso y la violencia sexual
- **Gobiernos:** Prohíban el uso de acuerdos de no divulgación en casos de acoso y agresión sexual. Incluyan protecciones para los profesionales independientes en leyes que prevengan el acoso sexual en el trabajo

# LA BRECHA DE PERCEPCIÓN

Cuando se trata del género, la industria musical suele ser:



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146

Aproximadamente la mitad de las mujeres y el 41 % de las personas de género expansivo afirma que la industria musical es «generalmente discriminatoria» en términos de género. Estos datos contrastan fuertemente con tan solo el 16 % de los hombres que afirman lo mismo. Esta es la brecha de percepción: las personas que no se ven afectadas adversamente por la discriminación a menudo no son conscientes de la existencia de inequidades.

## La paradoja de la percepción

Aunque no suelen indicar que la industria sea discriminatoria en términos de género, los hombres están observando que estos problemas afectan a las mujeres de forma desproporcionada. Por ejemplo, un 62 % de los hombres afirma haber presenciado cómo otras personas sentían la presión para tener buen aspecto durante su trayectoria en la industria, un 47 % ha sido testigo de microagresiones<sup>19</sup> y un 46 %, de tokenismo<sup>20</sup>. Puesto que los hombres normalmente no se enfrentan a estos desafíos, pueden ser más propensos a considerarlos incidentes puntuales y dudar sobre etiquetar a la industria como «generalmente discriminatoria».

Los hombres son menos propensos a presenciar los desafíos a los que se enfrentan otras personas

La pregunta es la siguiente: «¿Alguna vez ha sido testigo de cómo otras personas de la industria sufrían las siguientes situaciones?»



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146  
\* No exhaustiva; respuestas combinadas de «a veces» y «con frecuencia»

<sup>19</sup> Microagresiones: ofensas verbales, conductuales o del entorno comunes, ya sean intencionales o no, que comunican actitudes hostiles, despectivas o negativas hacia grupos estigmatizados o marginados culturalmente (p. ej., bromas racistas o sexistas, comentarios condescendientes).

<sup>20</sup> Tokenismo: la práctica de hacer tan solo un esfuerzo superficial o simbólico para alcanzar algo, especialmente contratando a un pequeño número de personas de grupos subrepresentados para que parezca que existe diversidad en la fuerza de trabajo.

## Profesionales frente a creadores

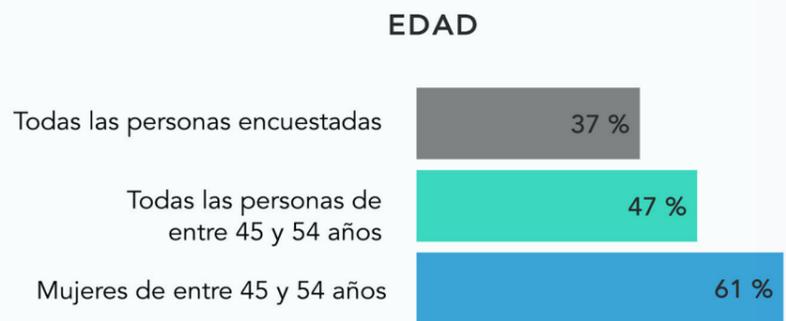
El 60 % de las mujeres y personas de género expansivo profesionales perciben discriminación de género en la música, un 18 % más que las creadoras y creadores de género expansivo. En las entrevistas, las creadoras observaron que si tienen una mala experiencia con un colaborador, pueden decidir no volver a trabajar con él. No obstante, si se trata de un jefe, cliente o compañero de trabajo, esta decisión se complica. Asimismo, el entorno corporativo de la música está incluso más dominado por los hombres que el creativo: El [estudio de 2021](#) de la iniciativa Annenberg de la USC (su estudio más reciente sobre ejecutivos/as) reveló que el 86 % de los/as principales ejecutivos/as de la industria musical de los EE. UU. eran hombres (y un 86 %, blancos).

## Factor de identidades marginadas

Para todas las formas de discriminación, las personas afectadas directamente son más propensas a afirmar que la industria es discriminatoria. Esto incluye la discriminación por motivos de raza/etnia, edad, estado socioeconómico, discapacidad, orientación sexual, situación familiar y religión. Por ejemplo, tan solo el 25 % de las personas encuestadas indican que consideran la industria generalmente discriminatoria en términos de raza/etnia. No obstante, esta cifra se elevó al 54 % para quienes pertenecían a una comunidad racial o étnica marginada. Este número aumentó aún más, hasta alcanzar el 66 % de mujeres perteneciente a una comunidad racial o étnica marginada. Factores de identidad: es más complicado ser artista siendo mujer, y lo es aún más siendo de color, pero ser una mujer artista de color es incluso más difícil.

## El género está relacionado con otras formas de discriminación

Porcentaje de personas encuestadas que considera que la industria, por lo general, discrimina por motivos de...



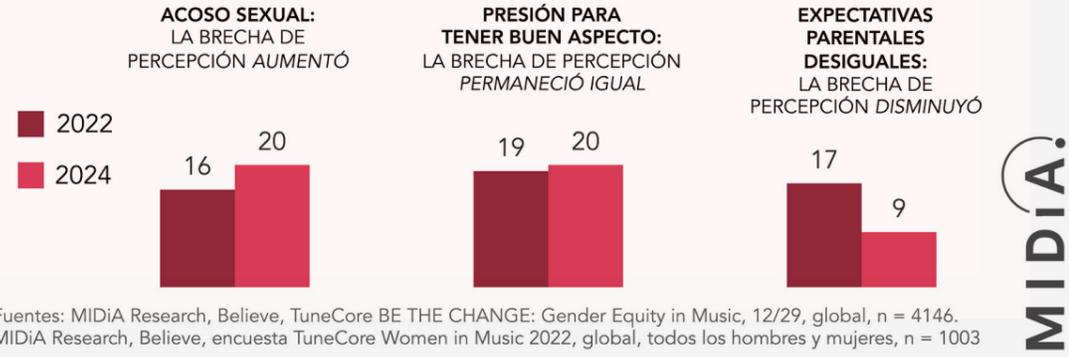
Fuente: MIDIa Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146

## La generación Z es menos probable que perciba la discriminación

Curiosamente, es menos probable que las mujeres de la generación Z perciban la discriminación que las generaciones mayores, lo cual podría reflejar que las condiciones están mejorando: el 31 % de las mujeres de entre 16 y 24 años consideran que la industria musical es generalmente discriminatoria en términos de género, en comparación con el 54 % de mujeres de entre 25 y 34 años y el 42 % de la mujeres de más de 55 años. Otra opción sería que estas mujeres simplemente no han pasado suficiente tiempo en la industria como para sufrir discriminación.

## Medición del cambio

Diferencia entre el porcentaje de hombres y mujeres que afirman haber presenciado la situación con frecuencia. Comparación los estudios de 2022 y 2024.



**¿Ha cambiado?** Depende de la cuestión. Por ejemplo, la brecha de percepción entre el porcentaje de mujeres y hombres que son testigos de la presión para tener buen aspecto con frecuencia es del 20 %, en comparación con el 19 % de nuestro estudio de 2022. Esto indica que la brecha de percepción en esta cuestión ha permanecido igual. Mientras tanto, la brecha ha aumentado ligeramente en lo que respecta a la percepción de acoso sexual y se ha reducido para las expectativas desiguales por ser padre, madre o cuidador/a.

## Llamados a la acción:

- **Todas las personas:** Lean y compartan investigaciones como la [iniciativa de inclusión Annenberg de la USC](#) y el [informe de impacto de la Black Music Action Coalition](#). Únanse a la campaña [HeForShe](#) del Reino Unido y descarguen sus kits de acción. Firmen el compromiso [BE THE CHANGE en música](#). Alíense con el grupo de equidad de género de su lugar de trabajo. Animen a los hombres a convertirse en aliados y tener conversaciones abiertas en el lugar de trabajo y los círculos sociales que desafíen la cultura del silencio.
- **Liderazgo y RR. HH.:** Ajusten las políticas de contratación para considerar experiencias diferenciadoras, garanticen que las empresas acojan a diferentes identidades con el fin de animarles a presentar su candidatura y apoyen a las personas recién contratadas mediante mentorías y capacitación. Los cupos de diversidad<sup>21</sup> pueden correr el riesgo de volverse performativas, puesto que se centran exclusivamente en los números, pero son otra herramienta útil de gran alcance para abordar la representación en todos los niveles. Utilicen bases de datos como [INPINK](#) y [Women Who Create](#) para obtener candidatos más diversos. Capaciten a los empleados a través de lecturas periódicas obligatorias, talleres y discusiones para fomentar la empatía. Esto resulta especialmente importante a medida que la industria se iguala, puesto que quienes ya no perciben las ventajas de un trato preferencial podrían sentir que la industria se vuelve injusta con ellos.
- **Curadores/as:** Comprométanse a diversificar su cobertura o plantel, lo cual comienza por un equipo diverso de curadores/as. La diversidad en estas funciones se filtra. Según indica un/a creador/a, a los periodistas, A&R (artista y repertorio), promotores y otros curadores «les gusta verse reflejados en sus artistas y tener éxito».

<sup>21</sup> Cupos de diversidad: requisito de que un porcentaje mínimo específico de personas de un grupo sea de un género o raza/etnia específica, o tenga otra característica.

# 4 DISONANCIA DIGITAL

## Las personas encuestadas sienten una mezcla de curiosidad e inquietud hacia las nuevas tecnologías

«¿Cómo cree que afectarán las nuevas tecnologías como la IA a la industria musical?»



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146

Los/as creadores/as se basan en sus experiencias pasadas con las tecnologías emergentes cuando anticipan innovaciones futuras, especialmente cuando se trata de la inteligencia artificial (IA). En consecuencia, las mujeres y personas de género expansivo expresan mayor preocupación que los hombres por la posibilidad de que la IA intensifique la competencia y refuerce los prejuicios existentes y la desigualdad. Mientras tanto, los hombres están cada vez más seguros de que las tecnologías como la IA no les afectarán o les dará más libertad como creadores.

### Las nuevas fronteras traen consigo oportunidades y desafíos

En las palabras de Linn, el talento «no se puede ocultar» en la era de las redes sociales, que ha catalizado una mayor diversidad en la música popular. Los espacios virtuales para trabajar a distancia también les permiten a las creadoras evitar situaciones potencialmente inseguras, como recibir una invitación a una sesión nocturna en el estudio privado de un productor, según relató una creadora: «No me enviaba las canciones; quería que fuera personalmente al estudio a escucharlas».

No obstante, las redes sociales también pueden abrir las puertas a la toxicidad y cosificación. El 37 % de los hombres ha sufrido trolling o acoso en Internet, en comparación con el 44 % de las mujeres y el 57 % de las personas de género expansivo. Asimismo, si bien tan solo el 13 % de las mujeres lo habían sufrido con frecuencia, esta cifra aumentaba hasta el 25 % para personas de género expansivo. Esta tendencia también parece estar relacionada con la edad, siendo las mujeres de entre 35 y 44 años, de entre todos los grupos de edad<sup>22</sup>, las más propensas a sufrir *trolling* o acoso en Internet.

22 Edadismo: Prejuicio o discriminación contra personas y grupos debido a su edad, o acoso a estos.

## Los hombres son menos propensos a sufrir acoso en línea

La pregunta es la siguiente: «¿Ha experimentado trolling/acoso en línea durante su trayectoria en la industria?»



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146  
 \* No exhaustiva; respuestas combinadas de «a veces» y «con frecuencia»

MIDiA.

### La batalla por el algoritmo

Las redes sociales cada vez son más importantes para el marketing y la distribución musical, lo que implica atender a lo que prefieren los algoritmos. Irónicamente, esto limita la diversidad en la presentación, incluso cuando promueve la diversidad en esencia. La presión de reducir las identidades de los artistas a clips digeribles en redes sociales también puede ser perjudicial. Destacar la edad, sexualidad o identidad de género de un artista en titulares, publicaciones y estrategias de marketing puede impulsar la interacción e inspirar a otras personas, pero puede reproducir los prejuicios y estereotipos existentes.

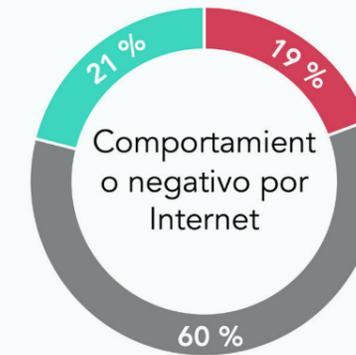
### Las viejas costumbres nunca mueren

Como resultado de estas experiencias, los creadores, especialmente las mujeres y personas de género expansivo, son prudentes con respecto a la IA. Los hombres son más propensos a decir que esperan que la IA ofrezca nuevas oportunidades/capacidades creativas y que «tienen curiosidad, pero no saben qué esperar». Las personas de género expansivo se sienten más indecisas. Si bien también son más propensas a esperar que la IA impulse nuevas oportunidades y capacidades creativas, tienen casi las mismas probabilidades de afirmar que «hará que la industria sea más competitiva o será más difícil progresar en ella» y el doble de posibilidades de los hombres de pensar que la IA reforzará los prejuicios existentes. Las mujeres son las más cautelosas, con un 36 % que declaran que «tienen curiosidad, pero no saben qué esperar» y un 29 % que piensan que hará que la industria sea «más competitiva y más difícil progresar en ella».

## Medición del cambio

La pregunta es la siguiente: «Si piensa en su experiencia en la industria musical en los dos últimos años, ¿cómo diría que han cambiado las siguientes situaciones?»

■ Ha disminuido   
 ■ Ha permanecido igual   
 ■ Ha aumentado



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146

Nota: Todos los datos de las mujeres y personas de género expansivo encuestadas

Tan solo el 10 % de las personas encuestadas declaran que la IA dará mayor visibilidad a diversas voces. El fundamento de estas preocupaciones es que los modelos de IA están entrenados en grandes conjuntos de datos que llevan consigo prejuicios históricos, incluida la promoción de artistas masculinos y estilos y sonidos populares. Por ello, las herramientas desarrolladas sin tener en cuenta los diferentes matices y la diversidad pueden replicar ciegamente las desigualdades existentes.

**¿Ha cambiado?** La mayoría de las mujeres y personas de género expansivo no han percibido ningún cambio en el comportamiento negativo, agresivo o inapropiado del público en Internet en los últimos dos años; lo mismo ocurre para los hombres. Las personas de género expansivo son más propensas a indicar que este comportamiento se ha incrementado (27 %) que las mujeres (18 %). Aunque las mujeres de entre 35 y 44 años son las más propensas a sufrirlo, las mujeres de entre 16 y 24 años son las más propensas a indicar que este comportamiento se ha incrementado.

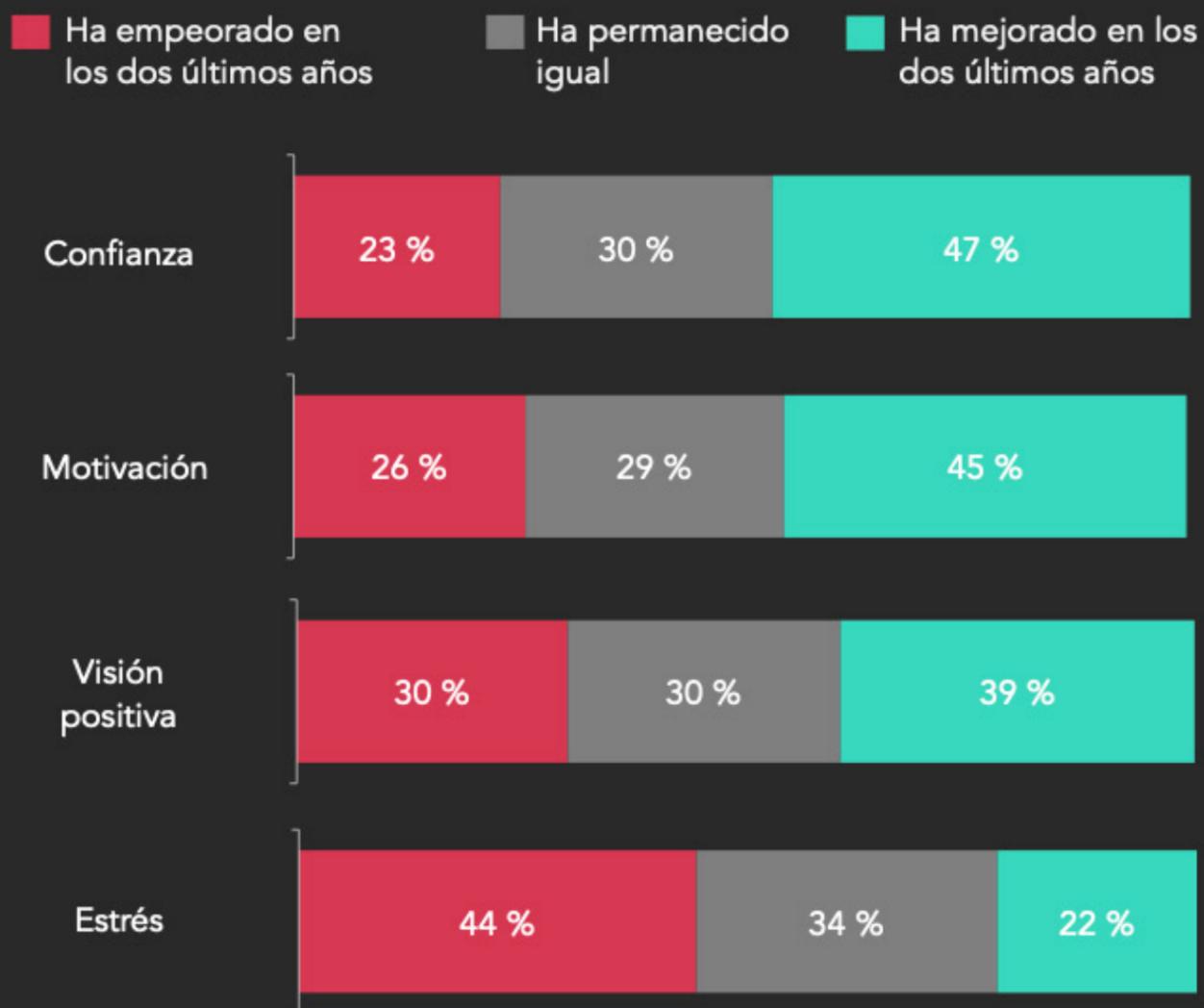
## Llamados a la acción:

- **Todas las personas:** Antes de publicar en Internet, deténganse y consideren el posible impacto y si podría dañar al artista. Denuncien el ciberacoso/acoso cuando lo detecten. Aprendan a identificar *deepfakes* (el [Massachusetts Institute of Technology Media Lab](#) dispone de recursos útiles) y consideren cómo interactúan con ellos, puesto que puede fomentar su promoción por parte de los algoritmos
- **Equipos creativos:** Ofrezcan soporte técnico inteligente para educar a los artistas y ayudarles a navegar por los obstáculos y oportunidades de la IA. Alivien la carga de mantener una presencia en las redes sociales siempre que sea posible. Los equipos deberían asumir la obligación de velar por el bienestar físico y mental de sus creadores/as, protegiéndolos del contenido negativo en Internet (p. ej., bloqueando a acosadores, denunciando comentarios inapropiados, etc.) y evitando la simplificación excesiva de sus identidades para ajustarse a las tendencias algorítmicas
- **Industria de la IA:** Diversifiquen los datos de capacitación y realicen pruebas periódicas de los sistemas de aprendizaje automático para garantizar que los algoritmos mitiguen los prejuicios. Creen nuevas herramientas teniendo en cuenta la protección de los derechos del creador
- **Gobiernos:** Asegúrense de que la protección del creador se incluye en la legislación sobre IA, especialmente en lo que respecta a los derechos de autor y las *deepfakes*<sup>23</sup>. Combatan el uso ilegítimo o perjudicial de la imagen y la propiedad intelectual
- **Instituciones educativas:** Además de educar a los estudiantes sobre el impacto negativo del ciberacoso, ofrezcanles formación en tecnologías como la IA y sobre cómo utilizarlas éticamente

23 Deepfake: tipo de IA generativa que se utiliza para crear audio, imágenes o contenido de video falsos.

# 5 SALUD MENTAL

## La confianza y la motivación mejoró en casi la mitad de las mujeres y personas de género expansivo encuestadas



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146

Navegar por la industria puede suponer una carga mental, hasta el punto de que algunos/as creadores/as sienten que «esta carrera es más mental que física», como dice Khanyisa. Los desafíos desiguales que se plantean a las mujeres y personas de género expansivo contribuyen a que soporten una carga mental superior a los hombres.

### La confianza y la motivación están aumentando

Primero, las buenas noticias. Casi la mitad de las mujeres y personas de género expansivo encuestadas afirman que su confianza y automotivación mejoró en los últimos dos años; tan solo un 4 % menos que los hombres (51 %). Esto es esperanzador, dado que todas las personas a las que habíamos entrevistado indicaron que la baja autoestima había sido uno de sus mayores obstáculos desde el principio y el aumento de la confianza uno de los principales motivos por los que perseveraron. Las mujeres (39 %) y personas de género expansivo (40 %) también son más propensas que los hombres (24 %) a indicar que tienen a su disposición asesoramiento de salud mental, independientemente de si recurren a él o no. A las mujeres les puede resultar complicado expresar confianza; algunas de las entrevistadas indicaron que su asertividad había generado rechazo. «Si me mostraba firme y trataba de alcanzar lo que se había acordado, el problema era que resultaba molesta, histérica, indeseable, que debería quedarme callada», declara Valenzuela. No obstante, Linn señaló que había aprendido que «la manera en que entras en la sala determina cómo te tratarán... Me presentaba diciendo: "Oh, muchísimas gracias por hacer esto por mí", como si no fuera una colaboradora más en la sala».



## El estrés y la actitud han empeorado para muchas personas

Casi la mitad de las mujeres (44 %) y personas de género expansivo (47 %) encuestadas declaran que sus niveles de estrés empeoraron en los últimos dos años, en comparación con el 27 % de los hombres. Otro 30 % de las mujeres y el 34 % de las personas de género expansivo encuestadas indicaron que su actitud positiva empeoró, en comparación con el 18 % de los hombres. Las personas creadoras entrevistadas describieron cómo un «sentimiento programado de sentir que nunca son suficientes» tenía un efecto prolongado en su salud mental. En algunos casos, incluso provocaba ataques de pánico y la necesidad de tomarse un descanso de sus carreras. Una vez más, los factores de identidad: los niveles de estrés empeoraron en más de la mitad (56 %) de las mujeres pertenecientes al colectivo LGBTQIA+ y para el 46 % de las mujeres pertenecientes a grupos raciales/étnicos marginados. Los/as profesionales también eran más propensos a sufrir unos mayores niveles de estrés que los/as creadores/as, con un 53 % de

¿Ha cambiado? ¿Qué ocurre para que aumente la confianza y la motivación y empeore el estrés y la actitud? Probablemente entran en juego factores más amplios, como la crisis del costo de vida. La confianza y la motivación son sobre todo factores internos, mientras que el estrés y la actitud pueden estar más relacionados con factores externos y fuera de nuestro control. Además, la rápida evolución de la industria musical puede ampliar las habilidades de los creadores y las esperanzas de éxito, al tiempo que el camino hacia el éxito se vuelve incierto. Es posible que también entre en juego el estrés por una industria de la música altamente competitiva impulsada por el *streaming* y las redes sociales. Muchas de las personas entrevistadas mencionaron que les preocupaba que el «vencimiento» de los nuevos lanzamientos se estuviera acortando y que la demanda de creación de contenido para las redes sociales les dejaba menos tiempo para crear música.

### Llamados a la acción:

- **Equipos creativos:** utilicen organizaciones como [Backline](#) para ofrecer asesoramiento de salud mental a los/as creadores/as y aprovechen recursos como el [paquete de directrices para el bienestar](#) del sindicato de músicos. Completen el curso de [Mental Health First Aid](#) para descubrir cómo identificar, comprender y responder a los síntomas de enfermedad mental y trastorno por abuso de sustancias. Faciliten a los/as creadores el descanso y el tiempo libre del trabajo. Hagan todo lo que sea posible para aliviar la carga de mantener su presencia en las redes sociales. Aborden la discriminación y otros factores como las causas subyacentes de una salud mental deficiente
- **Discográficas, proveedores de servicios digitales y líderes de la industria:** el estrés y la actitud negativa están estrechamente relacionados a una baja remuneración y a un estado cada vez más competitivo de una industria musical impulsada por el *streaming* y las redes sociales. Asegurarse de que los/as creadores/as tengan estabilidad y unos ingresos claros les ayudará a tener una actitud más positiva y reducirá sus niveles de estrés (además de ofrecer vías a las mujeres y personas de género expansivo para que alcancen el éxito)
- **Instituciones educativas:** desarrollen la confianza de los estudiantes evaluando justamente el trabajo de todo el mundo, independientemente de su género, y motívenlos a aprender destrezas, como producción e ingeniería (organizaciones como [Women's Audio Mission](#) y [We Make Noise](#) ofrecen recursos prácticos para esto)

### Los profesionales son más propensos que los creadores a afirmar que el estrés ha empeorado

¿Quiénes han indicado que sus niveles de estrés han empeorado en los últimos dos años?



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146  
Nota sobre metodología: Tamaño de la muestra insuficiente para dividir en categorías a los profesionales de género expansivo

MIDiA.

# 6 SER EL CAMBIO

Estos llamados a la acción tienen prioridad para las mujeres y personas de género expansivo:



Diversidad en los puestos de poder (45 %)



Transparencia salarial (38 %)



Sanciones más estrictas (36 %)

Una mayor diversidad en puestos de poder, la transparencia salarial y la aplicación de sanciones más estrictas por acoso y comportamiento inadecuado encabezan la lista de las iniciativas que las mujeres y personas de género expansivo encuestadas consideran que tendrían un impacto más positivo en la industria. Los/as creadores/as y profesionales comparten estas prioridades, con un elevado número de profesionales que apuestan por más diversidad en los puestos de poder (61 %).

## La brecha de percepción obstaculiza un cambio necesario

Con la mayoría de los hombres que carecen de amplios conocimientos de todo el espectro y la gravedad de los desafíos en materia de género, también tienen distintas ideas en lo que respecta a las soluciones. Por ejemplo, el 29 % de los encuestados optaron por un mayor reconocimiento, siendo esta la segunda opción más común (por detrás de la transparencia salarial, con un 34 %). Por otro lado, el 25 % de las mujeres y personas de género expansivo optan por un mayor reconocimiento, siendo esta su quinta opción. Resulta llamativo que los hombres sean mucho menos propensos a elegir la diversidad en puestos de poder (28 %).

## Ser el cambio

Mientras que las mujeres y personas de género expansivo coinciden ampliamente en los cambios necesarios, ninguno confía en que los líderes, como los/as ejecutivos/as de las discográficas y los organismos gubernamentales, puedan implementarlos. En cambio, el 38 % deposita su confianza en los/as artistas y creadores/as independientes, así como el 39 % de los hombres, convirtiendo esto en una tendencia más amplia en toda la industria musical. Muchos/as creadores/as deciden fomentar el cambio, tanto si se trata de crear sus propias organizaciones (como Ruidosa de Valenzuela), desarrollar nuevas habilidades (como Yasmína aprendiendo a producir música), firmar contratos con una discográfica que apoya activamente a grupos desatendidos (para Linn, Nvak Collective) o incluso crear sus propias discográficas, como han hecho los/as creadores/as AlunaGeorge (Noir Fever).

No obstante, existe una falta de confianza en los ejecutivos/as del sector para implementarlos,

¿En qué dirigentes confía más para mejorar el sector?



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146  
Nota: No exhaustivo; se muestra las tres iniciativas más populares

La pregunta es la siguiente: «¿Qué iniciativas cree que tienen más probabilidades de tener un impacto más positivo en la industria musical de cara al futuro? (Seleccione un máximo de tres)»



Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146

MIDiA.

Muchas creadoras y creadores de género expansivo a los que hemos entrevistado comentaron que habían llegado a la conclusión de que no podrían florecer en el sistema de las grandes discográficas. «Este disco es el más importante de mi carrera. Necesito que se me entienda, pero ellos no me entienden de verdad, nunca lo han hecho», dijo Valenzuela. «No vamos a renovar el contrato, ya no vamos a formar parte de una gran discográfica». Para los líderes actuales de la industria musical, existe la obligación empresarial y ética de corregir las desigualdades de género. Si los líderes actuales no se ponen las pilas en lo que respecta a la equidad de género, corren el riesgo de marginar a la próxima generación de creadores/as. El mensaje es sencillo: haga realidad el cambio o haga que el cambio le suceda.

# Llamados a la acción

Los cambios empiezan por un cambio de mentalidad. En lugar de centrarse en lo que pueden hacer las mujeres y personas de género expansivo para sortear los problemas como la discriminación y el acoso, todo el mundo debería preguntarse qué puede hacer para erradicar estos problemas.

Lo más importante es que instamos a la industria musical a centrarse en tres iniciativas:

- Diversidad en los puestos de poder
- Transparencia salarial
- Aplicación de sanciones más estrictas por acoso y agresión

Lograr la diversidad en los rangos superiores es la vía más rápida para crear una industria más equitativa. Evita que la brecha de percepción obstaculice el progreso, permite que la inclusividad se filtre y le ofrece ejemplos a seguir a los aspirantes a creadores/as y profesionales de cualquier origen. La transparencia salarial es un paso fundamental para garantizar que se respeta y recompensa a las personas por su trabajo y que se progresa lo suficiente como para que se las tenga en cuenta primero para los puestos de poder. Todos deben recibir formación sobre los sistemas existentes para denunciar el acoso y la agresión sexual y tener la seguridad de que se tomarán las medidas necesarias. Sin la aplicación de sanciones, el comportamiento se normaliza y las víctimas se sienten más indefensas.

A continuación encontrará algunas recomendaciones de medidas más específicas que puede adoptar toda la industria que cuentan con el apoyo de los/as creadores/as, profesionales y expertos/as en inclusión de nuestra investigación.

# BE THE CHANGE

## Equidad de género en la música

### Todas las personas

- Reflexionen sobre la información de este informe, divúlguenla ampliamente y háblenla con los demás
- Denuncien si presencian o sufren una conducta indebida.
- Comprométanse a trabajar únicamente con aliados que cuenten con personal diverso o que hayan hecho compromisos con la igualdad de género (p. ej., [Keychange](#))
- Firmen el compromiso [BE THE CHANGE en la música](#) y animen a otras personas a que hagan lo mismo

### Creadores/as

- Utilicen bases de datos de la industria (como [INPINK](#) y [Women Who Create](#)) para contratar a más colaboradoras y colaboradores de género expansivo
- Comprométanse a trabajar únicamente con aliados que cuenten con personal diverso o que hayan hecho compromisos con la igualdad de género (p. ej., [Keychange](#))
- Únanse a las asociaciones del sector, como el [sindicato de músicos](#) del Reino Unido y la [Federación Estadounidense de Músicos](#)
- Utilicen líneas de atención como el número local 802 en Nueva York para denunciar conductas indebidas
- Reconozcan los desequilibrios de poder que pueden disuadir a las mujeres a denunciar y no permitan ningún contacto sexual, verbal o físico en el entorno laboral

## Equipos creativos

- Asuman la obligación de velar por el bienestar físico y mental de los/as creadores/as. Entre las iniciativas se incluyen proporcionar acceso a terapia/asesoramiento, examinar las interacciones en las redes sociales para detectar acoso, establecer descansos en las agendas de los/as creadores/as e implementar sistemas de compañerismo en el estudio de grabación
- Comprendan que los/as creadores/as se enfrentarán a diferentes desafíos y tendrán diversas preferencias en función de su contexto y antecedentes y estén dispuestos a adaptarse en consecuencia, especialmente en el caso de los padres, madres y cuidadores/as

## Curadores/as

(P. ej., A&R, periodistas, promotores, comités de premios)

- Comprométanse a diversificar su cobertura o plantel, lo cual comienza por un equipo diverso de curadores/as
- Implementen guías de prácticas recomendadas y estándares, como evitar utilizar la edad, género u orientación sexual de un/a creador/a como enfoque en los titulares y los materiales de marketing, a menos que se haya acordado con el/la creador/a o este/a lo haya propuesto expresamente

## Instalaciones

(P. ej., estudios de grabación, lugares de actuaciones en directo, centros de conferencias)

- Desarrollen, publiquen y hagan cumplir las normas que prohíban la conducta indebida, inclúyanlas en los acuerdos contractuales y rescindan contratos de forma proactiva con quienes los infringen
- Comprométanse a garantizar la diversidad de los espectáculos y repertorios
- Ofrezcan apoyo confidencial a cualquier persona víctima de conductas indebidas en sus instalaciones (por ejemplo, la campaña [Ask For Angela](#) en Reino Unido)

## Gobiernos

- Elaboren leyes que prohíban el uso de acuerdos de no divulgación en casos de acoso y agresión sexual, así como otras relacionadas con la discriminación basada en una característica protegida
- Alivien las restricciones sindicales (cuando corresponda) para permitir a los/as creadores/as organizarse y protegerse a sí mismos/as
- Aprueben leyes que exijan a los empresarios a indicar los niveles salariales en las ofertas de empleo



## Organizaciones sin fines de lucro

- Desarrollen y distribuyan recursos de educación musical accesibles (p. ej., [Gen Admission](#))
- Publiquen directrices para que los/as creadores/as y ejecutivos/as conozcan sus protecciones legales en el lugar de trabajo
- Defiendan la protección de los trabajadores independientes y contratados.
- Lideren el desarrollo de guías en línea accesibles y con colaboración abierta para los niveles de remuneración que los creativos deberían esperar para determinados trabajos y eventos
- Gestionen subvenciones para artistas jóvenes (p. ej., [Women Make Music](#) de la Fundación PRS), tanto mujeres como personas de género expansivo, y consideren medidas como subvenciones condicionales para empresas que defienden la diversidad, equidad e inclusión
- Desarrollen campañas de asociación y animen a los hombres a participar en los eventos

## RR. HH./liderazgo

- Implementen sistemas confidenciales y anónimos para denunciar conductas indebidas que protejan a los delatores de las represalias y exijan responsabilidades a los culpables
- Diversifiquen los comités de contratación e implementen la contratación a ciegas cuando sea posible
- Nombren a diferentes equipos para dirigir la elaboración de políticas que aborden la desigualdad
- Utilicen un lenguaje claro y fácil de entender en los contratos para luchar contra la falta de transparencia
- Incluyan los niveles salariales en las descripciones de todos los cargos
- Consulten recursos como las directrices de la [Association of Performing Arts Professionals](#) sobre las asociaciones éticas y equitativas en las artes escénicas para, por ejemplo, mejorar las políticas
- Publiquen periódicamente estadísticas sobre la diversidad del personal o el equipo creativo utilizando orientaciones oficiales, como el [Índice de Igualdad de Género](#)
- Implementen sesiones anuales obligatorias para informar al personal sobre las formas interrelacionadas de discriminación que existen en la industria, responder a sus preguntas y debatir sobre el papel de la empresa en conseguir que la industria sea un lugar mejor para todos

# DESGLÓSE REGIONAL

MIDIA believe x tuneCORE marzo 2024

2024 BE THE CHANGE | Equidad  
de género en la música

# Asia Pacífico

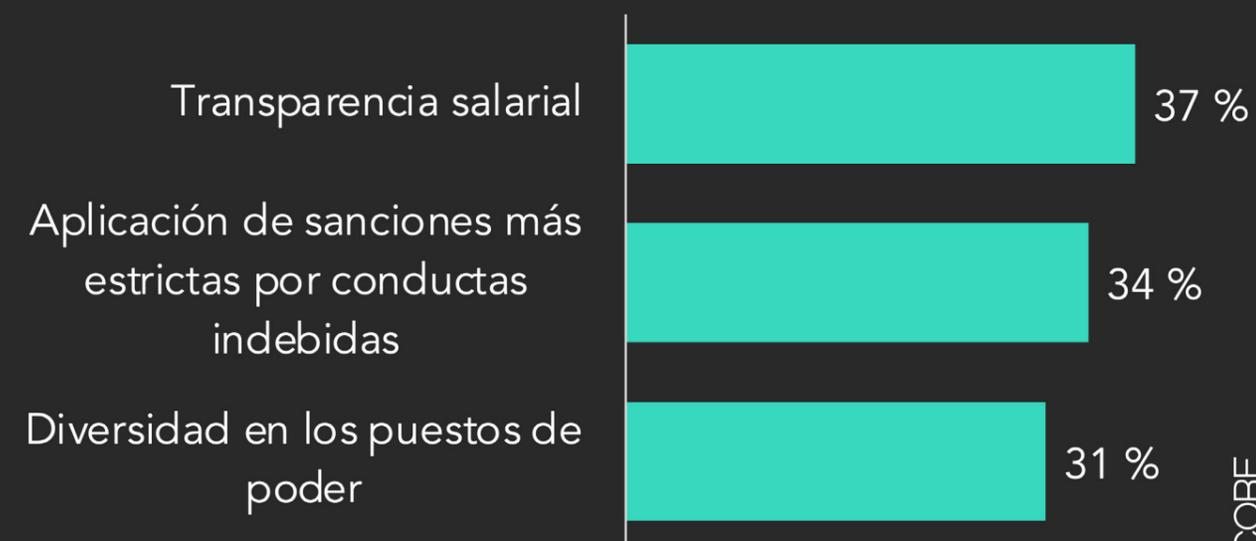
1086 personas encuestadas

- ♂ 67 %\*
- ♀ 30 %
- ⚧ 8 %
- 💡 17 % ejecutivos/as
- 🎵 88 % creadores/as

## Percepción de la discriminación de género en la industria musical:



## Las tres principales iniciativas para el cambio:



Es menos probable que las mujeres de APAC experimenten desafíos profesionales, como el acceso limitado a oportunidades, en comparación con las mujeres procedentes de otros lugares. La excepción a esto fueron las expectativas parentales, que se alzaron como un gran obstáculo para las mujeres de APAC.

Tienen casi las mismas probabilidades que la media de experimentar acoso o agresión sexual y es menos probable que lo denuncien. Sus motivos reflejan que los recursos para presentar denuncias son

más accesibles aquí que en otros países, pero es más probable que las mujeres teman sufrir represalias por recurrir a ellos.

Una situación singular que se presenta en APAC, especialmente en la India, es la cercana relación entre la industria musical y cinematográfica. A menudo se muestra a cantantes femeninas en videos, en lugar de cantantes masculinos, por lo que se ven obligados a ocupar un rol secundario en su propia música.

Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146

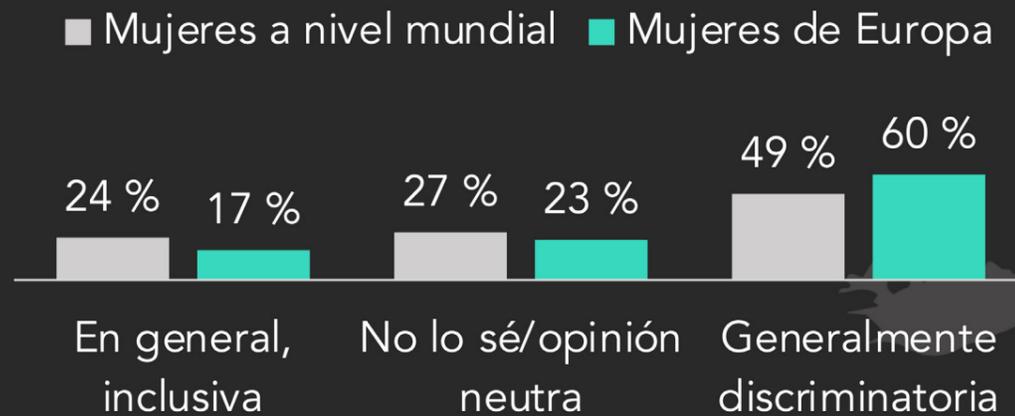
\* Los roles e identidades de género no son mutuamente excluyentes; las personas encuestadas pueden escoger más de una opción

# Europa

1232 personas encuestadas

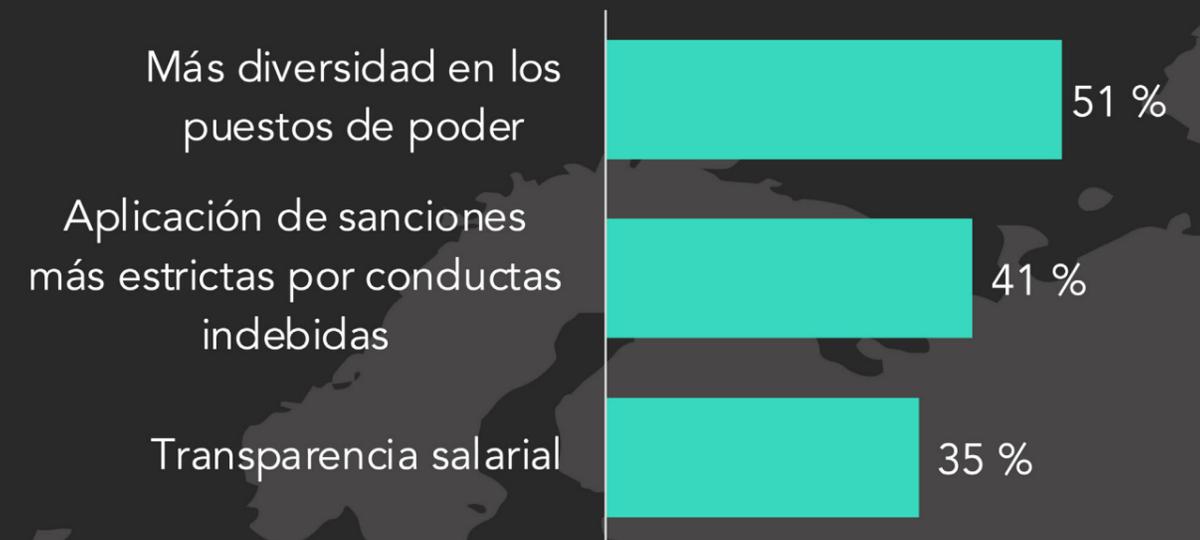
-  61 %\*
-  36 %
-  5 %
-  27 %  
ejecutivos/as
-  79 %  
creadores/as

## Percepción de la discriminación de género en la industria musical:



Es más probable que las mujeres en Europa consideren que la industria musical discrimina por motivos de género, así como por la situación familiar, la edad y la discapacidad, especialmente en el ámbito empresarial. Las diferencias de percepción entre los hombres y las mujeres que consideran que la industria discrimina por motivos de género aquí se magnifica: 42 % en Europa, frente a un 33 % de media en todos los países.

## Las tres principales iniciativas para el cambio:



Las mujeres y las personas de género expansivo de Europa presentan una salud mental más deficiente en términos generales y son menos propensos a afirmar que tienen terapia a su disposición. Tienen casi las mismas probabilidades que la media de experimentar acoso o agresión.

Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146  
Nota: Los roles e identidades de género no son mutuamente excluyentes; las personas encuestadas pueden escoger más de una opción

# América Latina y el Caribe

245 personas encuestadas

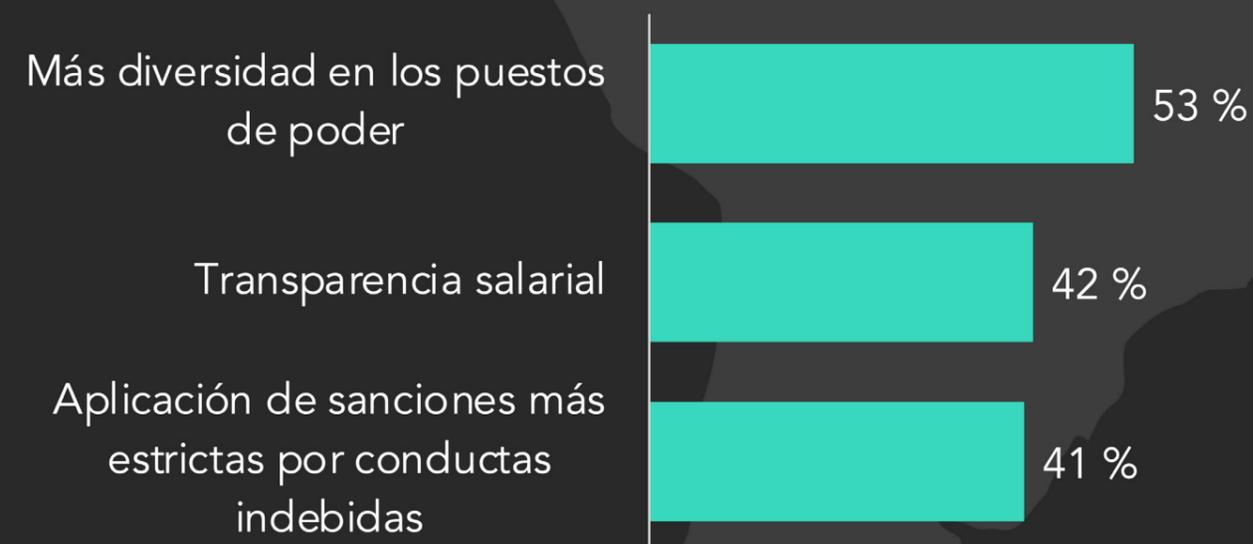
- ♂ 56 %\*
- ♀ 40 %
- ♂♀ 7 %
- 💡 40 % ejecutivos/as
- 🎵 70 % creadores/as

## Percepción de la discriminación de género en la industria musical:



Es más probable que las mujeres de América Latina experimenten ascenso profesional y estabilidad financiera. No obstante, también experimentan un nivel más elevado de presión para tener buen aspecto, microagresiones y acoso, lo que indica que la cultura de la cosificación es un problema más grave.

## Las tres principales iniciativas para el cambio:



Los resultados de las encuestas y entrevistas también revelan carencias de información y comunicación, debido a la existencia de «guardianes» en los niveles superiores y una falta de transparencia. Esto también podría dificultar la denuncia y el tratamiento de conductas indebidas. No obstante, las personas entrevistadas han detectado que esta brecha se reduce con el tiempo.

Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146  
 Nota: Los roles e identidades de género no son mutuamente excluyentes; las personas encuestadas pueden escoger más de una opción

# Oriente Medio y África

493 personas encuestadas

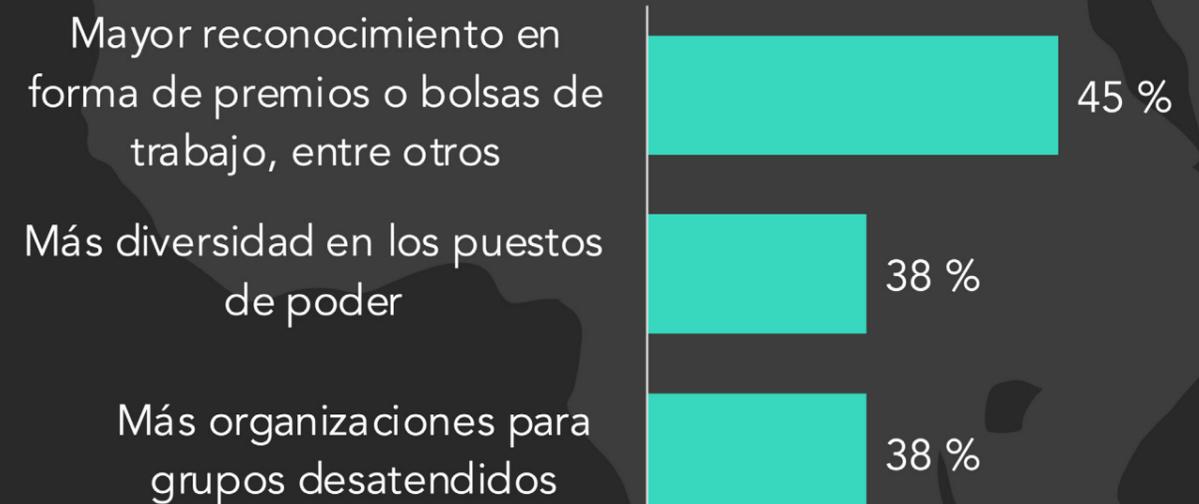
-  87 %\*
-  15 %
-  5 %
-  8 % ejecutivos/as
-  95 % creadores/as

## Percepción de la discriminación de género en la industria musical:



La lucha para progresar es el principal desafío para los/as creadores/as de MEA de todos los géneros. Si bien es menos probable que las mujeres indiquen que la industria discrimina por términos de género, han detectado tasas más elevadas de tokenismo que la media mundial.

## Las tres principales iniciativas para el cambio:



MEA es la única región en la que ha surgido un mayor reconocimiento y más organizaciones en las tres principales iniciativas para el cambio de las mujeres, lo que indica que las mujeres de esta región siguen buscando niveles básicos de apoyo. Las mujeres de MEA son las más probable de todas las regiones de confiar en los ejecutivos/as de las grandes discográficas para general cambios positivos; el doble que la media mundial.

Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146  
 Nota: Los roles e identidades de género no son mutuamente excluyentes; las personas encuestadas pueden escoger más de una opción

# América del Norte

1090 personas encuestadas

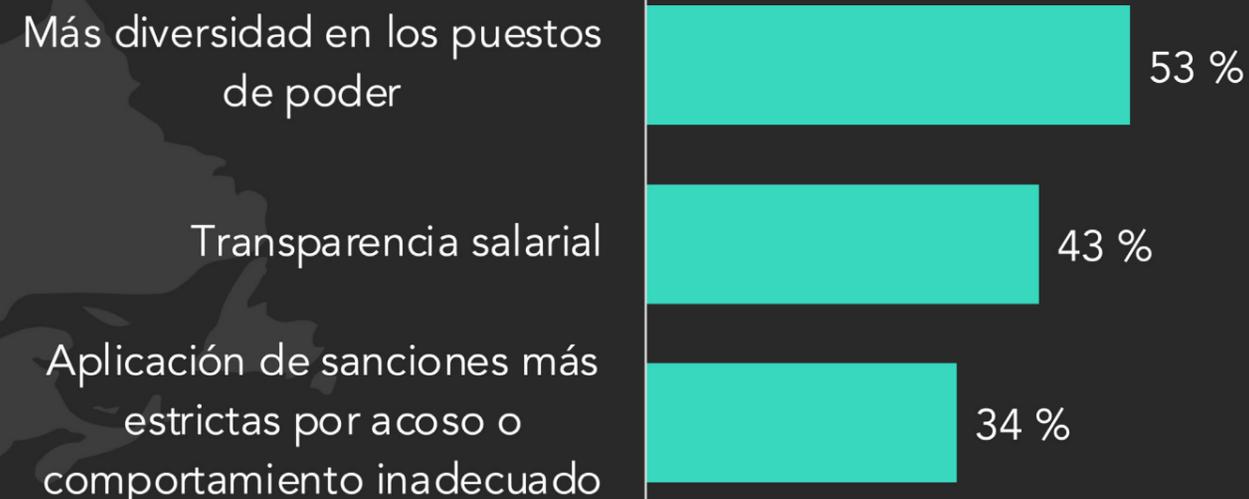
-  57 %\*
-  37 %
-  8 %
-  23 % ejecutivos/as
-  83 % creadores/as

## Percepción de la discriminación de género en la industria musical:



Es más probable que las personas encuestadas de América del Norte indiquen una amplia variedad de discriminación contra otros rasgos de la identidad aparte del género, como la raza, la edad, la discapacidad y la situación familiar. Esto apunta a una probabilidad de niveles de dificultad muy variados para las personas con distintas identidades.

## Las tres principales iniciativas para el cambio:



El 65 % de las mujeres de América del Norte a menudo han experimentado la presión para tener buen aspecto, lo cual constituye el porcentaje más elevado de todas las regiones; además de niveles más altos de otros tipos de presión, como tokenismo, microagresiones y estereotipación. Esto también da lugar a múltiples desafíos para las personas con diferentes identidades.

Fuente: MIDiA Research, Believe, TuneCore BE THE CHANGE: Gender Equity in Music, 12/29, global, n = 4146  
 Nota: Los roles e identidades de género no son mutuamente excluyentes; las personas encuestadas pueden escoger más de una opción

# GLOSARIO Y RECURSOS

marzo 2024

believe x tuneCORE

MIDIA

2024 BE THE CHANGE | Equidad  
de género en la música

# Glosario

**Acoso sexual:** comentarios inadecuados e indeseados, o insinuaciones físicas de naturaleza sexual.

**Agénero / neutras:** una persona que no se identifica con el concepto de género y se denomina sin género.

**Agresión sexual:** contacto sexual intencional sin el consentimiento de la otra persona o coaccionarla u obligarla físicamente a realizar un acto sexual contra su voluntad.

**Brecha de percepción:** es la tendencia según la cual las personas que no se ven afectadas adversamente por la discriminación tienden a ser menos dadas a tener conciencia de la existencia de inequidades.

**Brecha salarial (o diferencia salarial):** se trata de la diferencia de remuneración/salario medio entre dos poblaciones (en este informe, hombres frente a mujeres y hombres frente a personas de género expansivo).

**Contratación a ciegas:** proceso de ocultar la información personal de un candidato (como su nombre o fotografía) que pudiera influir o sesgar una decisión de contratación.

**Cosificación:** tratar a una persona como si fuera un objeto o medio para alcanzar un fin, en lugar de como una persona plenamente autónoma.

**Creadores/as:** en este informe, este término se refiere al segmento de personas encuestadas que señalaron que son creadores/as de música (incluidos los solistas, integrantes de grupos, compositores, productores de música, ingenieros de estudio, ingenieros de mezclas y masterización y DJ).

# BE THE CHANGE

## Equidad de género en la música

**Cupos de diversidad:** requisito de que un porcentaje mínimo específico de personas de un grupo sea de un género o raza/etnia específica, o tenga otra característica.

**Edadismo:** prejuicio o discriminación contra personas y grupos debido a su edad, o acoso a estos.

**Género expansivo:** en este informe, este término se refiere al segmento de personas encuestadas que señalaron que se identifican como personas no binarias, agénero, neutras, transgénero o «de otra forma».

**Interseccional:** la interrelación de las categorías sociales, como raza, clase, género y edad, y cómo crean sistemas superpuestos de discriminación o desventaja.

**LGBTQIA+:** individuos que se identifican como lesbianas, gays, bisexuales, transgéneros, "queer" y/o intersexuales, asexuales/aromanticxs/nobinarixs.

**Lista negra:** evitar, rechazar, desconfiar o excluir a alguien por comportamientos o actividades que se consideran inaceptables.

**Microagresiones:** ofensas verbales, conductuales o del entorno comunes, ya sean intencionales o no, que comunican actitudes hostiles, despectivas o negativas hacia grupos estigmatizados o marginados culturalmente (p. ej., bromas racistas o sexistas, comentarios condescendientes).

**No binario:** persona que se identifica con una identidad de género que no es completamente masculina ni completamente femenina.

**Profesionales:** en este informe, este término se refiere al segmento de personas encuestadas que señalaron que ocupan puestos de rango inferior o superior en la industria musical (p. ej., gerente de marketing júnior, director general).

**Transgénero:** una persona cuya identidad de género es distinta al sexo asignado al nacer.

**Tokenismo:** la práctica de hacer tan solo un esfuerzo superficial o simbólico para alcanzar algo, especialmente contratando a un pequeño número de personas de grupos subrepresentados para que parezca que existe diversidad en la fuerza de trabajo.

# Recursos

## Organizaciones

[She Is The Music](#)  
[Women In Music](#)  
[Amplify Her Voice](#)  
[Femme It Forward](#)  
[SheSaid.So](#)  
[Black Music Action Coalition](#)  
[Mamas in Music](#)  
[Women in CTRL](#)  
[Color of Music Collective](#)  
[We Are Moving the Needle](#)

## Bases de datos de creadores/as

[INPINK](#)  
[The Photo Ladies](#)  
[Book More Women](#)

## Salud mental

[Backline](#)  
[Musicians' Union Wellbeing Guidance Pack](#)  
[Mental Health First Aid](#)

## Educación y mentoría profesional

[Gen Admission](#)  
[Sound Thinking NYC](#)  
[The Digilogue](#)  
[Gender Amplified](#)  
[Music Production for Women](#)  
[Women's Audio Mission](#)  
[Fem the Future](#)  
[Well Dunn Foundation](#)  
[Beats by Girlz](#)  
[Femme House](#)  
[Music Forward](#)  
[Gender Amplified](#)  
[SoundGirls](#)  
[Grammy U](#)  
[SITM Connect TogetHER](#)  
[Girl Connected](#)  
[Girls Who Listen](#)

## Subvenciones y oportunidades

[Live Nation Women Fund](#)  
[Diversify The Stage Apprenticeship](#)  
[Live Nation Next Gen](#)

# BE THE CHANGE

## Equidad de género en la música

## Prevención del acoso y recursos para denunciar

[Safe Tour](#)  
[Calling All Crows](#)  
[Safe Gigs For Women](#)  
[Local 802 AFM](#)  
[We Have Voice's Collective Code of Conduct](#)  
[Our Music My Body](#)  
[Ask for Angela](#)  
[Girls Against](#)

