



**Universidad Nacional Autónoma de México**

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

**Bravas. Hacia una apropiación más igualitaria en la música: Mujeres en la industria y difusión musical. Estudio comparativo entre Ciudad de México y Glasgow, Escocia.**

**Tesis**

**Que para obtener el título de:**

**Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Presentan:**

**Valeria González Mendoza**

**Marcela Villagómez Mercado**

**Asesora: Dra. Jessica Fernanda Conejo Muñoz**

**Ciudad Universitaria, Ciudad de México, 2022**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## Índice

<b>Agradecimientos.....</b>	<b>3</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>5</b>
<b>Capítulo 1. Mujeres en la Industria Musical.....</b>	<b>14</b>
1.1 Definición de industria musical	
1.2 Breve historia de la industria musical	
1.3 Creación, difusión y promoción musical	
1.4 Figuras femeninas líderes en la industria musical	
<b>Capítulo 2: Cine, música y mujeres.....</b>	<b>48</b>
2.1 Definición y breve historia de documental con perspectiva de género	
2.2 La música e industria musical representadas en el cine	
2.3 Representación de la figura femenina en películas y documentales sobre música	
<b>Capítulo 3: Ciudad de México y Glasgow. Estudio comparativo por medio de entrevistas a agentes de la industria musical sobre la situación de las mujeres en la misma.....</b>	<b>109</b>
3.1 Ciudad de México y Glasgow: Ciudades de música y cultura	
3.2 Entrevistas en Ciudad de México.	
3.3 Entrevistas en Glasgow.	
<b>Conclusiones.....</b>	<b>167</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>173</b>

## **Agradecimientos**

Estaba huyéndole y al mismo tiempo anhelando el momento de sentarme a escribir estos agradecimientos. Son varias personas y momentos los que vienen a mi mente, todos en conjunto, como si fueran un todo que necesito sentarme a ordenar. Cada uno de ellos, constituye una parte importante de lo que soy. Aquí está un intento por poner en palabras lo que he sentido y vivido a lo largo de este camino.

Quiero agradecer primero y sobre todo a mis padres. Mis Morsitos cuyo amor y sabiduría me han acompañado desde el día que llegué al mundo. Siempre he dicho que, si hay algo bueno en mí, es aprendido de ellos. La guía y confianza que me han dado es constante, firme, sus ideas e inspiración me acompañan cada día, con la paciencia y entrega que solo unos padres pueden tener. Definitivamente no habría llegado hasta aquí sin ellos. Gracias por ser una gran parte de mi espíritu, gracias por ayudarme a construir una visión tan bonita sobre la vida y el amor. Los amo con todo mi corazón.

Agradezco a Felipe, Anel y Paoly por abrirme las puertas de su hogar y hacerme un miembro más de su familia. Gracias por su ejemplo, energía y amor. Gracias, Aneloide por tu gran corazón y gracias Poly por ser mi hermanita. Gracias a cada uno de los miembros de mi familia, la familia Mercado Magdaleno por ser una fuerza para mí, por el amor y el tiempo que hemos compartido juntos. Por hacerme sentir parte de algo más grande, un grupo del que me siento orgullosa y del que no pueden salir más que cosas maravillosas.

Quiero agradecer a Vale, mi amiga, hermanita y con quien tuve la alegría de hacer esta tesis. “Perrito Malvado”, entre otros apodos de cariño que tenemos, es de las personas más inteligentes, divertidas y con un corazón de oro que Dios me ha permitido conocer. Soy afortunada de haber compartido tanto con ella. Gracias por las aventuras y por vivir conmigo estos primeros años de adultez, risas, aventuras y aprendizajes.

Agradezco a Anita por ser Anita, por las pláticas profundas y las caminatas, por la amistad tan bonita y consciente que tenemos. A Mariana, por ser recordatorio de la pureza de ser niña, por ser doctora y llevar un rumbo completamente distinto al mío, pero siempre entendernos como si el tiempo no hubiera pasado. A Hirasema y Astrid por la complicidad y confianza que hemos creado, por compartir nuestros mundos y ayudarnos a entenderlos juntas. A Karla

y Silvana, por ser las grandes amigas que necesitaba en mi primer año en la facultad, antes de pausarla por un momento. Agradezco por su inspiración de vivir más y nunca dejar de aprender. Por caminar conmigo y recordarme de las cosas grandiosas que podemos hacer, por incluirme, por haber compartido momentos tan especiales juntas. A mi grupo de amigos de la prepa, por significar felicidad y familia para mí durante mucho tiempo; Janette, Andrés y Rebe. Todos ellos ocuparán siempre un lugar muy especial en mi corazón.

Gracias a la UNAM por ser la universidad de mis sueños. Agradezco a Jessica Fernanda Conejo, nuestra asesora, por su paciencia, cariño y guía en esta investigación. Trabajar con ella siempre se sintió como algodoncito. Agradezco a Lizelle Bisschoff, un ángel que tuve la suerte de conocer en la que, hasta ahora, ha sido la aventura más grande de mi vida. Gracias por abrirme las puertas a otro mundo, por mostrarme otras posibilidades, por acompañarme con tanto cariño y calidez en Glasgow. Por ayudarme a cumplir un sueño.

Gracias a Robbie, Romina y Carol por enseñarnos cada día sobre el amor incondicional, la ternura y a disfrutar de las cosas más simples.

Gracias a la música, al cine y a las letras por ser también una gran parte de mi espíritu. Por demostrarme lo grandioso que es el ser humano, sus sentimientos, sus historias, sus ideas. Por inspirarme con todo lo hermoso que cada uno de nosotros puede crear.

Marcela Villagómez Mercado

## Introducción

Industria musical. Cine. Mujeres. El presente trabajo pretende abordar estos tres temas y sus relaciones. La música es una de las expresiones artísticas que más están presentes en la vida de las personas a nivel mundial. Solos o acompañados, la música en la mayoría de los casos brinda momentos de disfrute. Es un arte que no habla a la cognición, sino que apela directamente a las emociones; con el poder de desencadenarlas instantáneamente. Nos apoyamos en ella para sentirnos acompañados, para encontrar inspiración, para ambientar una reunión e incluso para concentrarnos al realizar una tarea. El poeta y también pianista/compositor alemán Friedrich Nietzsche afirmó que “La vida sin la música es un error, una fátiga, un exilio”.<sup>1</sup> Sin duda, si este arte desapareciera, más de una persona lo resentiría e impactaría negativamente en su vida.

La música ha existido desde las primeras civilizaciones humanas, cuando se empezaron a combinar diferentes sonidos y silencios en patrones armónicos. Desde entonces, ha continuado desarrollándose, lo cual ha originado la creación de diferentes géneros musicales en conformidad con los diferentes espacios, tiempos y culturas donde se ha llevado a cabo creación musical. De acuerdo a Keith Negus, profesor en la Universidad de Goldsmiths, University of London, cuya línea de investigación se ha enfocado en la industria musical y creatividad, los géneros musicales son códigos y convenciones que guían a los músicos y sus audiencias en los múltiples estilos musicales.

Las reglas para una guitarrista son diferentes al tocar country o jazz, un periodista toma distintos criterios estéticos para evaluar un concierto de rap que uno de orquesta; al igual que las audiencias tienen un conocimiento inconsciente de cómo comportarse en cada evento musical según sus características. De igual forma, el mencionado autor plantea que el género

---

<sup>1</sup> Ruíz, Julián. *Nietzsche al piano: “La vida sin música sería un error”*. Publicado en la sección de Cultura del diario El Mundo. Publicado el 14 de septiembre de 2017. Disponible en línea en: <https://www.elmundo.es/cultura/2017/09/14/59b9996a468aebf2298b4655.html#:~:text=Nietzsche%20dec%20que%20la%20m%C3%BAsica%20era%20un%20hechizo.&text=La%20m%C3%BAsica%20dec%20el%20divino%20Friedrich%20es%20tr%C3%A1gica%20y%20melanc%C3%B3lica.&text=As%20que%20le%20escribi%C3%B3%20a,el%20a%C3%B1o%201877%20en%20septiembre>.

se debe repensar en términos de una serie más amplia de divisiones sociales que se relaciona con las dinámicas cultura-industria de la producción musical.<sup>2</sup>

Esto nos lleva a comenzar a abordar uno de los conceptos principales del presente trabajo: la industria musical. Debido a que la música es disfrutada por la mayoría de las personas, la naturaleza comerciante del ser humano percibió un potencial económico en esta expresión artística, lo cual le condujo a crear un proceso para monetizarla. La producción cultural se ha caracterizado por desencadenar un conflicto entre la industria/comercio y los artistas/creatividad. Lo que en un principio comenzó como una práctica de creación, se convirtió en una actividad comercial. La industria ha llegado a tener el poder de, primero, dictar cuáles prácticas particulares pueden ser consideradas como “creativas”, así como aquellas que se inscriben en categorías de género que de otra manera podrían ser más dinámicas. La industria da forma y direcciona las prácticas creativas hacia objetivos de difusión, promoción y ventas.

La industria musical, por tanto, puede entenderse como un “ensamblaje o agenciamiento maquínico”. Este término fue acuñado por Gilles Deleuze, filósofo y Félix Guattari, filósofo, psicoanalista y guionista ambos de nacionalidad francesa. El concepto fue usado por la musicóloga australiana Sally McArthur en su libro *Towards a Twenty-First Century Feminist Politics of Music*, en el que usa este pensamiento filosófico para proponer otras formas de solucionar el problema de la ausencia de las mujeres en la música. En lugar de hacerlo mediante el establecimiento de metas pre-determinadas que parten de investigaciones pasadas y el presente, lo que ella plantea es estar abierto a lo que todavía no se conoce e imaginar otras posibilidades. “La nueva música de las mujeres no está atada a lo predecible, sino a futuros más allá de lo conocido.”<sup>3</sup>

En esta obra, la autora usa el concepto de ensamblaje, que se relaciona con el concepto de máquina. Tanto el ser humano como las máquinas son consideradas aquí como sistemas organizados y que funcionan de manera similar. Uno funciona desde su autonomía y

---

<sup>2</sup> Negus, Keith. *Music genres and corporate cultures*. Routledge. Taylor and Francis Group. London & New York. 1999. P. 25

<sup>3</sup> Sitio web de Routledge. Taylor & Francis Group. *Towards a Twenty-First Century Feminist Politics of Music*. 1era. Edición. Disponible en línea en: <https://www.routledge.com/Towards-a-Twenty-First-Century-Feminist-Politics-of-Music/Macarthur/p/book/9781138274723#>

dirección propia y las otras están programadas para alcanzar un determinado fin. El ensamblaje maquínico implica entonces una serie de pasos, si se entiende como una totalidad abierta en la que ninguno de sus componentes puede ser cambiado sin cambiar su totalidad. Esto de acuerdo al pensamiento de Ian Buchanan, profesor de estudios culturales, quien también lo define como la suma de un conjunto de relaciones infinitamente cambiantes entre relaciones.<sup>4</sup>

De esta forma, la industria musical puede ser entendida como un ensamblaje maquínico en el que el sonido musical, como máquina conformada de elementos que relacionados entre sí producen música, es solo un componente con el cual, otras máquinas con sus respectivas relaciones, crea más relaciones. Por mencionar algunos ejemplos, su relación con la máquina de creación e interpretación musical (instrumentos), con las instituciones educativas musicales, con la máquina de la tecnología utilizada en los estudios de producción y grabación, con la máquina de los sellos discográficos y el marketing musical, con la máquina de los organizadores de eventos y la audiencia, entre otros. La música se conserva como el mismo sistema con sus operaciones internas, pero en cada conexión con otros sistemas, se transforma y da origen a otras relaciones con múltiples posibilidades.

Este conglomerado de relaciones da como resultado un proceso que involucra desde el quehacer creativo de producir música hasta las maneras de hacerla llegar a las audiencias a través de diferentes canales. También involucra diversos intereses artísticos y económicos. Como uno de estos tantos componentes o agentes que actúan dentro de esta industria, tenemos a una población femenina. La participación de las mujeres dentro de este sector ha ido evolucionando a través del tiempo, pasando de ser nula a ir incrementando en los últimos años.

En el capítulo 1 abordamos la definición de industria musical, al igual que los factores que toma en cuenta para su funcionamiento como el encontrar la voz y mensaje particulares de cada artista, la comprensión del público, la oferta y la demanda e ir actualizándose de acuerdo a las nuevas propuestas y las necesidades de la audiencia. Estas actividades se llevan a cabo tanto en el sector privado, como en el independiente, ya que, debido a lo cerrado que es este ámbito, muchos artistas deciden producir por su cuenta. En el mismo capítulo se

---

<sup>4</sup> McArthur, Sally. *Towards a Twenty-First Century Feminist Politics of Music*. Routledge. P. 17



expone igualmente una breve historia de la industria musical. Se tomó en cuenta desde su aparición como actividad comercializadora de música en relación con medios masivos de comunicación como el radio, compañías disqueras, televisión, cine y su adaptación digital a las nuevas plataformas de difusión que ofrece el internet. Se explica cómo la industria musical ha hecho uso de estas herramientas para continuar expandiéndose y la diferencia entre difusión/promoción.

En los últimos apartados del capítulo abordamos la representación de las mujeres en la industria musical. Mencionamos algunos datos que revelan su participación dentro de dicho ámbito, en qué puestos se desenvuelven mayormente, donde es más notoria su ausencia y qué tipo de violencias las han marginalizado en el pasado y el presente. También mencionamos los nombres y trayectorias de algunas de ellas que han logrado abrirse paso en la industria musical, que, como en la mayoría de los sectores artísticos, hay una brecha de género que no brinda las mismas oportunidades, derechos y recursos.

La desigualdad de género en esta industria se ve plasmada en los datos del INEGI citados en el Podcast Violeta y Oro, la radio por la Coordinación para la Igualdad de Género UNAM en Spotify, que informan que, de cada 100 personas que se dedican a la música en México, 93 son hombres y solo 7 mujeres. A nivel mundial la diferencia es de 70% de hombres y 30% mujeres.<sup>5</sup> En la recopilación de ensayos en torno a la relación del género con la industria musical en el libro *Towards Gender Equality in the Music Industry* editado por Catherine Strong, profesora en medios y comunicación en la Universidad RMIT y Sarah Raine, investigadora en estudios de medios y cultura en la Birmingham School of Media, se expone que reportes de la misma industria, artículos en medios y trabajo académico respecto al tema siguen revelando desigualdad de género.

Estos informes revelan que las personas que se identifican como mujeres son propensas a tener carreras más cortas, ganar menos en regalías, ser menos representadas en listas, no tener puestos de autoridad y toma de decisiones, ser menos difundidas en radio y *playlists* de Spotify, intérpretes, personal de estudio de grabación y compositoras son menos del 25% y

---

<sup>5</sup> De Miguel, Regina. Podcast “Violeta y Oro por la Igualdad de Género, UNAM” en Spotify. Presentación de Serie: Las verdaderas jefas de la industria musical. Disponible en línea en: <https://open.spotify.com/episode/3yRB2dIE0N1TvpVWa3GaZz>

solo 2% de productoras.<sup>6</sup> Al buscar las posibles causas de esta disparidad, el estudio apunta a áreas clave desde donde se podría hacer cambios estructurales para lograr que las mujeres (con un enfoque interseccional de raza, sexualidad, etnicidad que rompen con la forma binaria de ver el mundo) desarrollen carreras musicales.

La primera es desde la educación musical, los vínculos que estas instituciones tienen con la industria y su forma de replicar la cultura masculina. La segunda es en la práctica actual que tiene lugar dentro del marco de trabajo cambiante de las industrias creativas, las cuales lejos de ser liberales, se fundamentan en criterios neoliberales, de meritocracia y de contactos. Por su parte, las mujeres lidian con una exigencia social de labores de cuidado, ser excluidas de redes conformadas por hombres, falta de confianza y referentes y acoso.

Otro factor es la importancia del personal que media entre los músicos y las audiencias (programadores) en hacer que las mujeres tengan acceso a redes de contacto y oportunidades. La obra también señala ejemplos que están desafiando el *status quo* como el Feminismo Urbano de Princess Nokia y la integración de mujeres *queer* a la parte técnica de la escena punk en Australia. Por este motivo, al final mencionamos los nombres y las trayectorias de algunas mujeres que, a pesar de tener un panorama no tan alentador, han logrado abrirse paso en la esfera musical, de tal forma que están ocupando puestos de autoridad y, desde sus respectivas áreas de trabajo, están impactando positivamente al promover la inclusión, diversidad y ser figura de inspiración para otras mujeres.

El presente trabajo tiene como objetivo entender el funcionamiento de la industria musical, conocer la participación y la labor de las mujeres dentro de ella y como se han representado estas cuestiones en producciones audiovisuales. El cine es un medio de comunicación que también pertenece a las industrias creativas, ya que comercializa películas a un público que demanda historias contadas a través de la imagen y el sonido. El séptimo arte no solo tiene una función de entretenimiento, sino que puede servir para visibilizar e informar sobre lo que sucede en sociedad. Esto lo hace por medio del género documental.

El cine también se apoya en la música como uno de los elementos que lo conforma, pero existe un género que basa su narrativa en esta expresión artística. El llamado género musical

---

<sup>6</sup> Strong, Catherine y Raine, Sarah. *Towards Gender Equality in the Music Industry*. Bloomsbury. P.2

se construye a partir de códigos y convenciones que lo diferencian de otros; en el que las canciones u obras sonoras que conforman una película tienen una carga narrativa. Muchas de estas películas representan a la industria musical. Por ejemplo, *biopics* sobre el camino que recorre un artista hacia la fama (en el que se encuentra una mezcla de musical con documental) mientras que otras se apegan a las reglas del género, pero tratan diversos temas.

Los documentales musicales son aquellos que son planeados, filmados y editados de acuerdo al propósito, punto de vista, enfoque y métodos de producción del director/compilador. La música vende y las películas venden música. Todos los tipos de música han sido comercializados por el cine y la mayoría de estos documentales se crean con el propósito de comercializar a los artistas que aparecen en él, aunque algunos también tienen objetivos informáticos/de entretenimiento, políticos/culturales o de ser autoreflexivos con evaluaciones y fuentes recientes y retrospectivas.<sup>7</sup>

En el capítulo 2 abordamos ambos géneros enfocados a historias de mujeres, al igual que el desarrollo del feminismo y cómo este se relacionó con el quehacer audiovisual. Comenzamos con una breve definición e historia del documental con perspectiva de género, en el que explicamos cómo empezó a filmarse la realidad y a adquirir características que convirtieron esta documentación en un género cinematográfico. Nos enfocamos en las aportaciones de las mujeres a este campo, quienes empezaron a estar activas en él desde principios del siglo XX. Aunque es mucha su labor, en este capítulo solo mencionamos los nombres y obras de algunas cineastas de México, Reino Unido y Estados Unidos, cuyo trabajo es destacado por tratarse de ser pioneras en un arte que también estaba dominado por la presencia masculina.

Asimismo, presentamos ejemplos de cine hecho por mujeres cuya femineidad está atravesada por diferentes intersecciones de raza, etnicidad, entre otras, lo cual les dio otra visión y forma de narrar en contraste con las cineastas blancas. En el apartado de la música e industria musical representada en el cine, exponemos las características y desarrollo del género musical, así como la transición de las presentaciones en vivo a la pantalla y su importancia en películas de este género, hasta llegar al musical contemporáneo. También se explican las relaciones creativas y comerciales que el cine mantiene con la industria musical;

---

<sup>7</sup> Saffle, Michael. (Re)defining the Music Documentary. P. 43

en la asociación de música con películas, en la promoción de una celebridad, por mencionar algunas.

En el último apartado del capítulo abordamos la representación de la figura femenina en documentales y películas sobre música. Lo hacemos bajo el entendimiento de que el cine feminista es aquel que usa los recursos de audio e imagen para interrogar la imagen de lo femenino y proponer otras posibilidades para las mujeres que no se inscriban en la ideología de género dominante. Seleccionamos un corpus de dos documentales y una ficción musical. Los dos documentales se conforman de mujeres que se desenvuelven en diversos puestos de la industria musical; uno es realizado y protagonizado por mujeres de Latinoamérica y otro por mujeres de España. La ficción es la historia de una mujer de Glasgow, Escocia que busca posicionarse como cantante de country y los obstáculos relacionados al género que tiene que superar para lograrlo.

Las películas, como discursos significantes, tienen el poder de reforzar, resistir o cambiar el orden establecido. Los tres filmes elegidos aportan representaciones de mujeres en el cine como sujetos históricos, a diferencia de la forma en que la perspectiva masculina había representado a las mujeres en la narrativa cinematográfica dominante. Como E. Ann. Kaplan, profesora y autora estadounidense plantea en su libro *Women & Film*, el cine hecho por la mirada masculina ha excluido a éstas del discurso histórico, de manera que han creado imágenes eternas femeninas que se repiten en cada texto cinematográfico. Estos patrones las mantienen en ausencia y marginalidad, en relación a la historia y la cultura, que ha sido definida por hombres blancos generalmente de clase media. Las mujeres tienen una historia propia que debe ser conocida, como son las de las mujeres que protagonizan los filmes del corpus, las cuales están situadas en un contexto y están participando activamente en la industria musical como su ámbito laboral.<sup>8</sup> El audiovisual sirve en este caso como medio para dar a conocer estas historias.

Para terminar, en el capítulo 3 realizamos un estudio comparativo basado en trabajo de campo entre Ciudad de México y Glasgow, Escocia. La primera, con una población aproximadamente de casi 9 millones de personas, es una enorme ciudad cosmopolita que se caracteriza por una vibrante vida cultural que cada semana ofrece una atractiva cartelera de

---

<sup>8</sup> Kaplan. E. Ann. *Women & Film. Both Sides of The Camera*. Routledge, London & New York. 1983. P.2

eventos como obras de teatro, espectáculos de danza, exposiciones, proyecciones de películas y conciertos y presentaciones de música en vivo. En 2019 fue nombrada Capital Cultural de América que, a partir de la unión de la iniciativa pública y privada, busca impulsar su potencial turístico y económico.<sup>9</sup> De acuerdo a datos del INEGI, durante los años de 2019 a 2021, los conciertos y presentaciones de música en vivo son el segundo tipo de eventos en los que la población de 18 años en adelante en esta ciudad manifiestan mayor interés, después de la proyección de películas o cine.<sup>10</sup>

La segunda fue llamada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO), “Ciudad de la Música” en 2008, título que comparte con la ciudad italiana Bolonia y la española Sevilla. En Glasgow se celebran alrededor de 127 eventos musicales a la semana, cuenta con una próspera escena musical y ha sido sede cuna de bandas como Franz Ferdinand. Cuando recibió este nombramiento, la industria musical generaba aproximadamente 150 millones de dólares al año para la economía local.<sup>11</sup> Glasgow es también conocida por tener una de las mejores audiencias del mundo, lo cual es aprovechado por una variedad de conciertos, como es el Festival TRNSMT, de rock escocés, música indie y alternativa que se lleva a cabo en Glasgow Green y Celtic Connections, festival de folk, raíces y música internacional, entre otros.

Ciudad de México y Glasgow pertenecen a la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO. Esta red cuenta hoy con aproximadamente más de 250 ciudades alrededor del mundo que comparten el objetivo de promover la cooperación internacional para hacer de la creatividad y la cultura ejes clave en el desarrollo urbano y turístico sostenible. A través del intercambio de experiencias y conocimientos, esta red apuesta a las buenas prácticas entre el sector público y la iniciativa privada que fortalezcan a las industrias creativas locales. Estas ciudades están clasificadas en las categorías de artesanías/artes populares, artes digitales,

---

<sup>9</sup> Ramírez, Sheila. *La Ciudad de México es nombrada “Capital Cultural de América”*. Publicado en FORBES México. Disponible en línea en: <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/la-ciudad-de-mexico-es-nombrada-capital-cultural-de-america/>

<sup>10</sup> INEGI. Nota técnica de Módulo sobre eventos culturales seleccionados. 2021. Disponible en línea en: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/modocult/doc/nota\\_tecnica\\_modocult\\_may2021.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/modocult/doc/nota_tecnica_modocult_may2021.pdf)

<sup>11</sup> Sitio web de Noticias ONU, Mirada global, historias humanas. El Director General de la UNESCO, Koichiro Matsuura, anunció la designación de Glasgow como ciudad de la Música. Disponible en línea en: <https://news.un.org/es/story/2008/08/1141321>

diseño, gastronomía, cine, literatura y música. <sup>12</sup>Este reforzamiento se lleva a cabo en la creación, producción y distribución de bienes culturales, así como en mejorar la participación en actividades culturales de grupos en desventaja y la población en general.

Entrevistamos a mujeres, principalmente, que se desenvuelven en algún área de la industria musical o que, en cuyo trabajo, hayan llevado a cabo investigación respecto a este tema. Por medio de sus respuestas podemos conocer su experiencia, con los desafíos y logros en la trayectoria que han recorrido para llegar a ocupar los puestos que ocupan ahora o que ocuparon en algún momento. Desde sus espacios de trabajo, que van desde la fotografía de concierto, hasta la curaduría de museo especializada en exposiciones musicales, cuatro mujeres mexicanas y cinco escocesas nos cuentan sus vivencias dentro de la industria en diferentes continentes, contextos y condiciones. Esperamos que el siguiente texto sea del agrado del lector.

---

<sup>12</sup> Duarte, Mari Carmen. La UNESCO incluye 49 nuevas localidades en su red de ciudades creativas. Publicado en la Sección “Viajes” de National Geographic. Disponible en línea en: [https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/unesco-incluye-49-nuevas-localidades-su-red-ciudades-creativas\\_17465](https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/unesco-incluye-49-nuevas-localidades-su-red-ciudades-creativas_17465)

## Capítulo I. Mujeres en la Industria musical

### 1.1 Definición de industria musical

Hoy en día es difícil imaginar un mundo sin todos los servicios que la industria musical ha desarrollado para que los escuchas puedan disfrutar de diferentes maneras de consumir música y llevar este lenguaje universal tan lejos como nunca antes se imaginó. No obstante, dentro del desarrollo de este sistema se ha permeado una brecha de género que no permite que mujeres y hombres se desarrollen en este ambiente de la misma manera.

Aunque es cierto que en la actualidad las condiciones de desarrollo están buscando volverse más equitativas, todavía se encuentran lejos de serlo y un ejemplo claro de ello es que tan solo hace un par de años (2018) las mujeres a nivel mundial no ocupaban ni el 20% del espacio dentro de algún cartel de cualquier festival masivo a nivel mundial.<sup>13</sup>

La falta de representatividad promueve desigualdad y exclusión de diversas comunidades y en México, la brecha de género en esta industria también está muy marcada. La violencia contra la mujer afecta al 66.1% de las mexicanas e implica segregación profesional y menor remuneración económica. Esta brecha se materializa también a partir de la poca presencia de mujeres en los festivales de música, así como en la invisibilización de la violencia en los medios especializados, ya que a pesar de ser un problema que atraviesa a la industria, no ha habido suficiente discusión en torno al tema.

Es por ello que en este capítulo hablaremos acerca del desarrollo de la industria musical, pues consideramos necesario conocer el funcionamiento de este sistema para entender cómo es que las mujeres han tenido que atravesar por diferentes obstáculos para llegar a ocupar los puestos que algunas de ellas tienen hoy. Asimismo, con este capítulo podremos ver cómo este tipo de industria se ha diversificado y poco a poco ha dejado de ser un espacio habitado exclusivamente por hombres.

Actualmente es complicado percibir el mundo sin las industrias y los avances que éstas han traído consigo, mismos que facilitan la vida y nos dan la posibilidad de tener nuevas

---

<sup>13</sup> Navarro, S. (2020). *La brecha de género en la industria musical mexicana*. Recuperado el 27 de Noviembre del 2021, de: <https://warp.la/editoriales/brecha-de-genero-musical-mexicana>

experiencias. Un ejemplo claro de esto es la industria musical que a lo largo de los años ha ido evolucionando y adaptándose a los múltiples cambios que ha traído el paso del tiempo y así, atraen a consumidores que continúan prologando su existencia.

Para comenzar es necesario conocer el origen de la palabra industria que se encuentra formada por el prefijo *indu* que significa ‘en el interior’, y la raíz del verbo *struo* que expresa ‘construir, organizar’. Por otra parte y haciendo uso de la Real Academia Española, podemos encontrar que el concepto de la palabra industria se define como el “conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos naturales”<sup>14</sup>. No obstante, y basados en esta definición es importante no dejar de lado la idea de que la industria es una actividad económica a gran escala que se encarga de transformar elementos en beneficio de la comodidad.

Por otra parte, también tenemos la definición de música que consiste en ser una habilidad considerada a nivel mundial como el arte de combinar, crear y organizar sonidos. No obstante, al igual que todo elemento cultural, alrededor de la música también existe una industria que busca la producción y la comercialización de este elemento. Formalmente la música puede ser entendida como un conjunto organizado de ideas sonoras, expresadas en distintas manifestaciones o representaciones posibles y a su vez, la industria musical es aquella que lleva la música desde el primer eslabón de la cadena de producción hasta el consumidor final. Es aquí donde aparecen las industrias culturales.

Aunque el origen y las diferentes definiciones de la palabra industria coincidan en muchos aspectos, es preciso tener en cuenta que en el mundo se desarrollan diferentes tipos de industrias con múltiples objetivos. Por ejemplo, Theodor W. Adorno consideraba que la industria que transformaba obras de arte en objetos para el consumo de masas recibe el nombre de industria cultural dónde podemos ubicar sin problemas la industria musical; pues pertenece a un campo cultural que se dedica a desarrollar e invertir en creadores y productores, de los que posteriormente se comercializará su obra a cambio de una ganancia económica. Por otra parte, la UNESCO define a la industria musical como “el conjunto de

---

<sup>14</sup> Real Academia Española, Diccionario de la lengua española. *Concepto Industria*. Recuperado el 11 de Octubre del 2021, disponible en: <https://dle.rae.es/industria>



actividades de corte artístico que pueden ser tangibles o intangibles y que tienen como objetivo monetizar el contenido que desarrolle dicha industria.”<sup>15</sup>

Dentro de la industria musical podemos encontrar el desarrollo de compañías públicas y particulares que buscan generar un beneficio económico a partir de la creación de canciones o melodías nuevas que posteriormente podrán comercializar a través de la venta de discos, conciertos, grabaciones de video, mercancía o participaciones en festivales o eventos privados. La música puede comercializarse de diversas formas, entre las que destaca, el mercado de venta de fonogramas y la industria de grabaciones, a esto hay que añadir empresas editoriales, conciertos, representantes, sociedades a cargo de la propiedad intelectual, entre otros sectores. Pero, para poder comprender el funcionamiento completo de este mecanismo es necesario establecer cómo es que se constituye y qué funciones cumplen las personas que forman parte de este sistema.

Dentro del esquema musical existen diversos parámetros que proporcionan su desarrollo, pues de lo contrario los artistas y las bandas que aspiren a ser parte de este ecosistema no podrán conseguirlo. Por ello, “es fundamental que dentro de la industria se analicen y comprendan las necesidades del público, la oferta y la demanda, para que este espacio pueda regenerarse constantemente y adaptarse a las necesidades de los consumidores.”<sup>16</sup>

A diferencia de otras industrias es muy común ver que dentro del ambiente musical gran parte de los participantes trabajan de manera autogestiva, pues por lo general tanto el artista como las agencias privadas se desenvuelven a partir de un proceso que consta en prueba y error hasta que encuentren el estilo que mejor represente la personalidad del artista y las necesidades del público para proyectar un mensaje claro y potente. “Tal como sucede en el sector cultural en general, la gran mayoría de quienes trabajan en la música (60%) son

---

15 Solano, C. (2018). *Los derechos de autor, la industria creativa, cultural y la música: La evolución en conjunto de la industria cultural y creativa de la mano de la tecnología, los derechos de autor, los medios de distribución y la sociedad*. 2018. Recuperado el 19 de Septiembre del 2021, de: <http://132.248.9.195/ptd2018/enero/0770110/index.html>

16 Ministerio de Cultura Presidencia de la Nación. (2017). *Guía Rec: claves y herramientas para descifrar el ecosistema actual de la música*. Recuperado el 19 de Septiembre del 2021, de: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/02-el-ecosistema-de-la-industria-musical\\_guia-rec.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/02-el-ecosistema-de-la-industria-musical_guia-rec.pdf)

trabajadores independientes y más del 70% no cuenta con contrato, lo que muestra la gran precariedad del sector”.<sup>17</sup>

Dichas precariedades se deben a la independencia con la que muchos de los integrantes de este espacio laboran, “Algunos de los particulares y organizaciones, que trabajan en la industria son: autores y compositores que crean canciones nuevas y piezas musicales; los cantantes, músicos, conductores y directores musicales que hacen música; las compañías y profesionales que crean - venden grabaciones musicales y/o partituras”<sup>18</sup>. No obstante, este sistema de producción no solo depende de los personajes anteriormente mencionados, pues detrás de la comercialización de los autores también se encuentran ingenieros de sonido, promotores, encargados en los espacios de presentaciones en vivo, periodistas, críticos de música, fotógrafos y más que hacen que los talentos tengan una producción de calidad y una máxima difusión entre los consumidores.

Se concibe aquí a la industria musical como “el conglomerado de nichos y actividades comerciales y culturales relacionadas con la creación y consumo musical. Cada nicho es un segmento o sub-industria que agrupa identidades, imaginarios y estilos musicales afines. Y mientras que en apariencia los nichos se distinguen discursivamente unos de otros, en la práctica comparten públicos, foros, medios, artistas y formas de distribución. Cada nicho agrupa a su vez varias escenas, las cuales consisten, como plantea Andy Bennett, en el conjunto de músicos, promotores y fans que crecen alrededor de un género musical en particular, compartiendo un mismo entorno y desarrollando o apropiándose de estilos musicales en concreto.”<sup>19</sup>

Hoy es complicado imaginar un mundo sin música, pues la industria que se encarga de manejar esta rama del arte ha logrado inducirnos en este espacio de una manera tan

---

17 Raimundo, A. (2016). *La industria musical independiente en Chile, cifras y datos para una caracterización*. Recuperado el 01 de Abril del 2022, de: <https://pdfcoffee.com/la-industria-musical-independiente-en-chile-2-pdf-free.html>

18 Promoción musical.es (2019). *Industria Musical: Qué es, Historia, Estructura y Modelo de Negocio*. Recuperado el 12 de Diciembre del 2021, de: <https://promocionmusical.es/industria-musical-que-es-historia-modelo-negocio/>

<sup>19</sup> Bennett, A. (2004). *Consolidating the Music Scenes Perspective*. Recuperado el 16 de Octubre del 2021, de: [https://www.academia.edu/32658624/Consolidating\\_the\\_music\\_scenes\\_perspective](https://www.academia.edu/32658624/Consolidating_the_music_scenes_perspective)

envolvente que casi cualquier producto cultural que podamos consumir está acompañado de la misma (cine, danza, teatro, etcétera). Y no solo eso, pues según el economista Ernesto Piedras “ en México las industrias creativas representan el 7.4% del PIB”.<sup>20</sup>

Sin embargo, Piedras también reconoce que la falta de apoyo y promoción gubernamental, así como la economía informal afectan la posibilidad de dimensionar su verdadero potencial económico. “La música es el sector más pesado de analizar; es muy transversal, pues compras los CD, se descarga música, vas a conciertos... Casi todas las actividades culturales tienen música: en la inauguración de una exposición tocan música, en un museo como San Ildefonso hay una orquesta de cámara tocando, en eventos oficiales tocan música; está por todos lados”.<sup>21</sup>

## **1.2 Breve historia de la industria musical**

Para comenzar a hablar acerca del desarrollo de la industria musical indiscutiblemente tendríamos que regresar muchos años atrás. No obstante y cómo se mencionó en nuestro primer apartado, se considera industria al momento en el que se comercializa y desarrolla un producto para el disfrute de otros, por ello y basándonos en lo anterior, podríamos considerar formalmente que la industria musical surgió incluso antes de la primera mitad del siglo XX, con la aparición de disqueras y medios masivos de comunicación, aunque lo cierto es que desde siglos atrás, artistas y espacios de divertimento público y privados consolidaron una red de colaboración que ha facilitado la proyección nacional e internacional de diversas propuestas sonoras.

Aunque sin duda la industria musical tuvo sus orígenes desde tiempos remotos, para el presente trabajo se tomará en cuenta desde su desarrollo en medios de comunicación masivos. El primer cambio radical fue la aparición del radio como primer medio de comunicación

---

20 Ramírez Z. (2017). *¿Por qué en México despreciamos el poder de las industrias creativas?*. Recuperado el 18 de Septiembre del 2021, de: <https://www.forbes.com.mx/la-cultura-riqueza-mal-vista/>

21 Woodside, J. (2018). *La industria musical en México: panorama crítico y coordenadas de análisis*. Casa de las Américas. Recuperado el 21 de Septiembre de 2021, de: <http://casadelasamericas.org/publicaciones/boletinmusica/48/p21-41%20BM%2048-49.pdf>

masivo que colocó a la música al alcance de millones de espectadores. “La historia reconoce como ‘padres’ de la radiocomunicación al italiano Guillermo Marconi (1896) y al austriaco Nikola Tesla (1897), aunque en 1907 el estadounidense Lee De Forest perfeccionó el sistema de Marconi logrando transmitir música y voz humana sin cables y a distancia”.<sup>22</sup> Y esto fue solo el inicio, ya que aunque la radio comenzó siendo un objeto de transmisiones marítimas, en poco tiempo expandió sus horizontes y comenzó a ofrecer música para miles de consumidores alrededor del mundo, quienes gracias a este medio poco a poco construyeron un hilo conductor entre naciones que pronto permitió que comenzara un intercambio cultural y comercial entre las mismas.

Prueba de la potencia que en su momento desarrolló la radio están las estadísticas que comparte la secretaría de comunicación y transportes a través de su portal, dónde plasman que “durante los años veinte en Estados Unidos, se registró entre 1922 y 1927 un aumento de 578 a 1,925 emisoras de radio; y de 1921 a 1929 la venta de aparatos receptores se incrementó de 50 mil a diez millones.”<sup>23</sup> Si bien la radio comenzó siendo un experimento durante sus primeros años de vida, “en la segunda mitad de los años veinte varias empresas notaron el alcance que está tenía en su público y pronto este espacio se llenó de actividades con fines de lucro en particulares.”<sup>24</sup>

Es en este punto en dónde comienzan a aparecer con mayor potencia las disqueras, (una compañía discográfica o casa discográfica, también conocida como sello discográfico, discográfica o disquera, es una empresa que se dedica a realizar grabaciones de música, así como su comercialización y distribución. Algunas de estas compañías tienen sus propios estudios de grabación y sus propios profesionales, para buscar el mejor sonido en la grabación de un álbum musical como productores discográficos) pues este medio permitió que varios

---

22 Arce, M. *LA RADIO: UN PEQUEÑO CAJÓN QUE IRRUMPE EN LA VIDA COTIDIANA.* Recuperado el 14 de Febrero del 2022, de: <https://elmirador.sct.gob.mx/cuando-el-futuro-nos-alcanza/la-radio-gran-herramienta-de-comunicacion>

<sup>23</sup> *ibid.*

<sup>24</sup> Mejía, F. (2006). *El soundtrack de la vida cotidiana: radio y música popular en México D.F Junio 2006.* Recuperado el 19 de Febrero del 2022, de: <http://132.248.9.195/pd2006/0607191/Index.html>

artistas alcanzaran el éxito total de su carrera. En la industria musical anterior a internet, el sector discográfico era el más fuerte y generaba la mayor cantidad de ingresos. La mayoría de los solistas y las bandas que aspiraban a ser algo en la industria musical tradicional soñaban con poder fichar por un sello discográfico. Un contrato significaba que la compañía financiaría una grabación en estudio, lo que abriría al intérprete las puertas del sistema internacional de distribución discográfica, algo que quedaba fuera del alcance de la mayor parte de las bandas sin contrato.<sup>25</sup>

Las disqueras surgen a través de la necesidad de proteger los derechos de autor (propiedad intelectual que abarca aquellos derechos que se ejercen sobre bienes incorpóreos como la producción artística, la científica y la literaria y para su existencia jurídica, se requiere cumplir con los siguientes requisitos: la manifestación externa de la idea, que exista una norma jurídica que reconozca al autor una facultad respecto a esa manifestación y el ejercicio de la facultad concedida por la ley a través del registro de la obra intelectual)<sup>26</sup> como base de su negocio, sin embargo no todo su trabajo consiste en ello pues también se dedican a realizar grabaciones de música para posteriormente distribuirla y comercializarla, incluso muchas de estas compañías son tan grandes que cuentan con sus propios estudios profesionales y estrategias de publicidad.

Si bien al principio de 1920, las disqueras vieron como rival a la radio para el negocio de la comercialización de sus productos, en los siguientes años se percataron que era imposible competir contra las emisoras, y convirtieron esa amenaza en una oportunidad para promocionar los mejores álbumes y éxitos del momento.

De esta manera comenzó a funcionar una de las industrias más fructíferas en aquel momento, no obstante, el formato de consumir música cambió el 1 de Agosto de 1981 cuando apareció por primera vez un canal de televisión especializado en la reproducción de diferentes videoclips: MTV, un proyecto creado por el empresario y productor musical Robert W.

---

25 Patrik, W. (2013). *La industria musical en una era de distribución digital*. Recuperado el 07 de Diciembre del 2022, de: [La industria musical en una era de distribución digital | OpenMind \(bbvaopenmind.com\)](https://bbvaopenmind.com).

<sup>26</sup> Decisiones relevantes de la Suprema corte de justicia de la nación. (2011). *Los derechos de autor*. Recuperado el 07 de Diciembre del 2022, de: <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/3839-decisiones-relevantes-de-la-suprema-corte-de-justicia-de-la-nacion-num-76-derechos-de-autor>

Pittman con el único objetivo de compartir videos musicales, lo que abrió nuevos caminos dentro del mundo de la televisión. Fue gracias a este formato que los espectadores ya no solo podían escuchar la música de sus artistas favoritos como en la radio, sino que también podían ponerles un rostro o una historia a sus canciones favoritas.

La llegada de MTV no solo transformó la industria musical y la manera de consumir música, sino que también permitió que el videoclip se desarrollará como un elemento indispensable dentro de las carreras artísticas de muchas bandas y solistas, pues para finales de la década de los 80 y durante la década de los 90, el aspecto visual se transformó en un componente clave para la industria musical, ya que se volvió el medio perfecto para lanzar nueva música al público. Fue entonces que la vista de las disqueras y respectivos manager dejaría de estar concentrada en la radio y pasaría a la televisión, donde gracias a esta nueva propuesta las bandas comenzaron a promocionar discos a través de sus sencillos, mismos que siempre iban acompañados de su respectivo video musical.

Por otra parte, es importante mencionar que la industria musical no solo forma parte de las disqueras o la radio, sino que es un fenómeno tan grande que también está presente desde hace muchos años en la televisión y el cine. Dentro de estos medios, el uso de música no es vano para la industria, sino todo lo contrario, pues por cada vez que es usada una melodía/canción dentro de nuestro programa favorito de televisión o mientras estamos en el cine, la industria gana. El uso de derechos de autor hace que este aspecto siga manteniendo con vida a la industria. Incluso podría ser que el uso de la música en elementos audiovisuales sea el único que no haya cambiado del todo en los últimos años.

No obstante, y regresando al periodo discográfico de la música, este comenzó a llegar a su fin cómo lo conocíamos y a finales de los años 90 el rock había perdido espacio en la radio y los canales de videoclip especializados habían comenzado a cambiar su programación. Comenzaron a incluir reality shows con un contenido grotesco que poco después destituiría al mismo videoclip, convirtiéndose en la nueva prioridad. Con el paso de los años este material comenzó a predominar aún más y a mediados de la década de los 2000, ninguno de estos canales tenía ya mucho que ver con música.

Pero a pesar de los cambios dentro de los canales especializados en música, la suerte de las disqueras no cambio mucho, según la Oficina de Estadística Laboral de Estados Unidos,

que incluye no solo a los sellos discográficos, sino también a agentes, estudios de grabación y otros intermediarios. Mientras que “el empleo en la industria discográfica de Estados Unidos ha estado cayendo a un ritmo constante desde 2001, llegando al 40% en 2012. En ese mismo periodo, el número de establecimientos comerciales del sector cayó en más del 25%.”<sup>27</sup>

Fue entonces cuando la música comenzó a buscar alternativas para continuar difundiendo y entonces apareció lo que en su momento parecía ser la salida que el sector musical necesitaba para dar su siguiente paso: el internet. El invento que desde el primer momento demostró que cambiaría las reglas en todo el mundo.

La nueva distribución digital por internet de la mano con las nuevas tecnologías como el desarrollo de formatos mp3 fueron un pilar clave dentro de la nueva etapa de la industria musical. Estos avances propiciaron que poco a poco la gente comenzara a dejar los discos y los medios de comunicación especializados en música de lado. Las nuevas tecnologías como el mp3 ofrecían la posibilidad de poner a disposición de la gente enormes cantidades de música sin pagar nada por ello.

La aparición del internet no solo trajo consigo beneficios para los melómanos, sino que también logró cuestionar el funcionamiento de la industria musical. La distribución musical gratuita comenzó a afectar a las grandes compañías disqueras pues día a día aparecían sitios nuevos dentro de la web dedicados a las descargas digitales de música. Un ejemplo de ello es Napster: “la primera gran red P2P de intercambio creado por Sean Parker y Shawn Fanning. Su popularidad comenzó durante el año 2000. Su tecnología permitía a los aficionados a la música compartir sus colecciones de MP3 fácilmente con otros usuarios, lo que originó las protestas de las instituciones de protección de derechos de autor.”<sup>28</sup>

---

27 Di Maggio, P. (2014). *La influencia de internet en la producción y el consumo de cultura. Destrucción creativa y nuevas oportunidades*. Recuperado el 03 de Diciembre del 2022, de: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-influencia-de-internet-en-la-produccion-y-el-consumo-de-cultura-destruccion-creativa-y-nuevas-oportunidades/>

28 Napster. (2010). *¿Qué es Napster?*. Recuperado el 04 de Diciembre del 2021, de: <https://help.napster.com/hc/es-419/articles/213269137--Qu%C3%A9-es-Napster->

A comienzos de 2000, varias empresas discográficas iniciaron un juicio con una deuda multimillonaria en contra de Napster. Esto trajo a Napster una enorme popularidad y en lugar de alejar a sus usuarios atrajo a nuevos millones de los mismos. Así es como “Napster alcanzó su pico con 26,4 millones de usuarios en febrero del año 2001.”<sup>29</sup>.

Con el paso del tiempo y al igual que en todos los mercados, Napster dejó de ser la plataforma principal para compartir y descargar música. Sin embargo, aparecieron nuevos portales en diferentes partes del mundo. Esto propició que los músicos dejaran de pensar en las disqueras para dar paso a conocer su trabajo a través de las nuevas plataformas digitales, que permitían compartir su proyecto a miles de personas sin la necesidad de tener que pagar a una compañía que pudiera promocionarlos y posicionarlos dentro de la escena musical.

La obtención masiva de material discográfico de manera gratuita desestabilizó a las grandes disqueras. No obstante, la industria se acopló a los cambios que estaban ocurriendo e ideó una nueva manera de consumir música. Un giro radical se materializó en iTunes, plataforma que fue la solución para comenzar a cobrar por reproducir música de manera digital. iTunes, la plataforma creada por Apple y lanzada al mercado el 9 de enero de 2001 fue pionera en incluir los catálogos de las grandes compañías disqueras y tenía como objetivo poner a la venta material discográfico y facilitar su transportación. Fue entonces que con la llegada de este servicio digital en poco tiempo el mundo sería testigo del comienzo de la reproducción musical a través de streaming.

Se puede definir como streaming la distribución digital de archivos multimedia a través de la difusión continúa por una red informática. Se trata de una descarga libre, cuya reproducción del contenido es casi inmediata. “El streaming surgió por la necesidad de conservar el valor de la obra que parecía devaluarse cada vez más con el intercambio y distribución de ésta. Para conservarlo, se comenzó a licenciar el uso de las obras en vez del servicio de descarga y compra como iTunes.”<sup>30</sup> Este método de consumo no solo implica el

---

<sup>29</sup> Op. Cit. ¿Qué es Napster?, 2022.

<sup>30</sup> Solano, C. Op Cit. Pg 42



uso de aplicaciones y dispositivo, sino una manera particular de gestionar la escucha y preferencias musicales de los consumidores.

Hoy en día la escucha de música vía streaming es una importante actividad digital en el mundo y México ocupa el segundo puesto en orden de importancia según el Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas mexicanos de 2019, “Dentro de este mismo estudio los internautas declararon en un 51% ser usuarios de servicios *On Demand* de escucha musical de pago, sólo detrás de los usuarios de video en esta modalidad (76%)”. El líder del mercado en cuanto a suscriptores es Spotify, actualmente la empresa líder en el mundo del streaming musical.<sup>31</sup>

Aunque las estadísticas estén cada día transformándose a favor de las plataformas digitales no necesariamente aportan el mismo beneficio para los artistas, quienes a cambio de subir sus obras a estos medios de consumo reciben una mala paga e incluso muchos de ellos han optado por retirar sus catálogos de estas plataformas. Solo aquellos artistas consagrados logran obtener grandes remuneraciones por las reproducciones de su música. Es por ello que gran parte de la industria musical hoy en día es impulsada gracias a los eventos en vivo. Las ganancias generadas por la reproducción en plataformas digitales no representan una ganancia real a comparación de la década pasada, cuando la música se distribuía en formatos físicos.

Aunque el sector de las licencias sea el más rentable de la industria musical, el de la música en vivo ha sido el que ha experimentado un crecimiento mayor. Hay una explicación bastante simple de por qué la música en directo ha experimentado una expansión considerable durante los últimos 15 años: es más fácil controlar la música en directo que la música grabada. Un grupo musical que atraviese un buen momento puede multiplicar sus ingresos mediante actuaciones en vivo en conciertos y subiendo el precio de las entradas.

A pesar de que la crisis financiera de 2007 y 2008 dejó su huella en la industria de la música en vivo, esta ha superado en tamaño a la industria discográfica. Durante la mayor parte de la segunda mitad del siglo pasado, las mayores empresas musicales eran las

---

31 Rivera, S. (2020). *Consumos streaming juveniles de música*. Recuperado el 09 de Noviembre del 2021, de: <https://www.methaodos.org/revista-methaodos/index.php/methaodos/article/view/396/549> pg. 02

discográficas. Después de la transformación que internet trajo consigo y de la industria asociada a ella, la mayor compañía de la industria musical es Live Nation, una productora de conciertos con sede en Estados Unidos, que se desgajó de Clear Channel en 2005.

Hoy en día la industria musical se mantiene y crece gracias a las redes sociales, de los canales streaming, del mp3 y de la muerte del CD como producto de consumo de masas. Mientras las nuevas generaciones intercambian archivos y canciones en sus nuevos dispositivos móviles, la industria musical no logra monetizar la creciente demanda de productos culturales, mientras es testigo de la caída del soporte físico. Lo cierto es que nunca en la historia ha existido tanta música al alcance de tanta gente. La red es una gran biblioteca interactiva donde cualquier usuario puede disponer de forma inmediata de un sinnúmero de contenidos culturales.

### **1.3 Creación, difusión y promoción musical**

Cómo hemos mencionado anteriormente, la música al igual que la literatura, el cine, el teatro y otras expresiones artísticas, forma parte de la diversidad cultural. No obstante y así como lo dicta la UNESCO “La diversidad cultural se manifiesta no sólo a través de las diversas formas en las que se expresa el patrimonio cultural de la humanidad, enriquecido y transmitido gracias a una variedad de expresiones culturales, sino también a través de los distintos modos de creación artística, producción, distribución, difusión y disfrute, cualquiera que sea el medio y la tecnología utilizados.”<sup>32</sup> Por ello, en este apartado daremos foco a estos procesos y desarrollaremos el funcionamiento de la creación, difusión y promoción musical; las técnicas que facilitan y hacen posible la expansión de la industria musical.

Durante su Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las industrias culturales de 2005, la UNESCO incitó a “adoptar medidas que apoyen a las mujeres como artistas en la creación, producción y distribución de bienes y servicios culturales. Lo que hizo que en 2005 proporcionara un marco para hacer frente a los desafíos de género en las

---

32 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Diversidad cultural*. Recuperado el 29 de Noviembre del 2021, de: <https://es.unesco.org/creativity/diversidad-cultural>

industrias culturales y creativas a través de políticas y medidas integradas basadas en datos desglosados por sexo”<sup>33</sup>.

“Además, en su objetivo 5 de desarrollo sostenible, Naciones Unidas hace hincapié en lograr la igualdad de género y empoderar a todas la mujeres y niñas. Ante esta situación desde la UNESCO se llama a dar seguimiento en estas cuestiones estableciendo como indicadores principales:

- a) “Políticas y medidas que promuevan la igualdad de género en los sectores de la cultura y de la comunicación”.
- b) “Sistemas de seguimiento que evalúen los niveles de representación y participación de la mujer en los sectores de la cultura y de la comunicación, así como su acceso a ellos”.

Como resultado de estos indicadores, la UNESCO destaca la necesidad de que se implementen legislaciones nacionales e internacionales sobre derechos humanos y libertades fundamentales que promuevan la igualdad de género y la libertad artística”.<sup>34</sup>

Sin embargo, este no ha sido un camino fácil de recorrer, pues hoy en día las mujeres de este sector continúan enfrentándose a diferentes obstáculos que impiden su desarrollo dentro de la industria de la música. Para comenzar es necesario definir cada uno de los conceptos que vamos a desarrollar y así poder diferenciarlos y comprender cuál es su función dentro de la industria musical.

El primero de ellos es la creación: el desarrollo o creación de nuevos productos para la industria musical es un proceso que parte desde el autor, ya que será él quien a través de un proceso creativo pueda convertir sus ideas en un producto potencial para la distribución comercial. Sin embargo, este proceso no es tan sencillo como parece, ya que “el proceso

---

<sup>33</sup> Asociación de Mujeres de la Industria de la Música (MIM). Estudio de género en la industria de España. 2020. Recuperado el 01 de Octubre. Disponible en: <https://asociacionmim.com/wp-content/uploads/2021/02/Estudio-resumen-ejecutivo-confidencial-MIM-febrero-2021.pdf>

<sup>34</sup> Freitas, Teresa. Head in Clouds, 2015, Portugal. Recuperado el 23 de Noviembre del 2021. Disponible en: [https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/gender\\_sp\\_web.pdf](https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/gender_sp_web.pdf)

creativo es el resultado de un sistema de procesos cognitivos que combina varias capacidades. Una sola capacidad no permitiría el desarrollo de ideas y productos creativos”<sup>35</sup>.

Por ello, dentro de la industria musical es muy común que muchos de los creadores no distribuyan música de una manera continua. Para que el producto funcione, el creador debe someterse a un proceso mental y artístico que pueda beneficiar su propuesta ante el mercado y así tratar de ofrecer un producto especial y original al mercado y sus consumidores.

Para poder desarrollar su creatividad, el autor necesariamente tiene que pasar por un proceso creativo que también se define como el conjunto de acciones que permite modificar lo conocido o generar nuevas ideas a partir de asociaciones de cosas ya existentes. Cuando aparece información nueva las estructuras ya existentes deben desmontarse para permitir que se generen nuevas órdenes entre los elementos. La creatividad se convierte en la capacidad de generar nuevas asociaciones entre los elementos.<sup>36</sup>

No obstante, aunque este proceso creativo comienza con el autor de la obra, este no termina ahí, pues una vez que el creador considera que su producto está listo, continúan una serie de procesos para darle seguimiento al proyecto y asegurar la adquisición de la mercancía. Un ejemplo de ello es el trabajo que realizan productores y publicistas, quienes después del desarrollo de la obra elaboran campañas para favorecer al artista y el trabajo que ha realizado, esto con la finalidad de asegurar la compra del material propuesto y obtener ganancias, es aquí donde entra la difusión.

De manera general, podemos definir a la difusión musical cómo un proceso a través del cual se propaga la música de un sector de personas a otro, esto con el objetivo de visibilizar el trabajo de las bandas (o solistas) que son desarrollados por sus respectivos representantes o agencias. Estos agentes planean diferentes actividades, eventos y estrategias que contribuyen al crecimiento del talento y es gracias a este proceso que posteriormente los

---

35 Marín, T. (2015). *Teorías sobre creatividad*. Recuperado el 14 de Marzo de 2022, de: [https://creatividaddulmar.files.wordpress.com/2015/03/dulmar-perez-teoria\\_creatividad.pdf](https://creatividaddulmar.files.wordpress.com/2015/03/dulmar-perez-teoria_creatividad.pdf)

36 Wesler, P. (2018). *Proceso creativo en la composición musical con tecnología electrónica*. Recuperado el 08 de Noviembre del 2021, de: <http://arteselectronicas.untref.edu.ar/uploads/pdf/1578071726.pdf>

mismos podrán ingresar al mercado de la industria musical, ya que sin este paso es imposible que una banda crezca.

Por otro lado, tenemos la difusión musical que anteriormente consistía en obtener espacios en medios públicos o privados como: la radio, la televisión o medios escritos en donde el artista podía presentar su trabajo a manera de entrevista, presentación de música en vivo o videoclip, esto con la finalidad de acercar su música al público. Aunque este tipo de estrategias solían ser bastante efectivas, no eran lo suficientemente accesibles, pues las bandas que recién comenzaban y no contaban con algún representante o sello discográfico no tenían la misma oportunidad de aparecer en estos espacios a comparación de las bandas más consolidadas. Es por ello que la difusión musical se encontraba restringida y la mayoría de los reflectores solo apuntaba a los músicos de siempre.

Sin embargo, este tipo de métodos de distribución fueron afectados (al igual que toda la industria musical) por la llegada del internet a finales de la década de los 90 y así como sucedió con las disqueras ahora había un nuevo campo por explorar y al cual adaptarse.

No cabe duda que internet ha tenido un impacto profundo dentro de la industria musical, pues ha permitido digitalizar y facilitar el consumo de este producto, al mismo tiempo que suprime la centralización de bandas y artistas como sucedía anteriormente. El proceso de digitalización y distribución se volvió considerablemente más económico y por ende más asequible para las propuestas musicales emergentes, quienes ahora podían compartir su trabajo a través de múltiples plataformas especializadas en música o incluso redes sociales.

Y no solo eso; la llegada del internet igualmente multiplicó de manera exponencial la aparición de nuevos medios de comunicación a través de múltiples plataformas digitales desplazando poco a poco a la televisión y la radio como los principales medios de difusión musical. Ahora los nuevos artistas no tenían que esperar a ser aceptados en alguna agencia o sello discográfico de renombre para compartir su música e incluso en otros ámbitos creativos (como la fotografía, el diseño digital o la grabación de pistas). Los costos de la producción descendían notoriamente al ser elaborados por los mismos músicos, abriendo las puertas a muchos más participantes.

Es en este punto en dónde vuelve a emerger con fuerza el movimiento cultural DIY (por sus siglas en inglés: “Do it Yourself”; traducción al español: “Hágalo usted mismo”), una ideología punk surgida en Inglaterra alrededor de los años 70 con el objetivo de que las personas hagan las cosas por sí mismas, incluyendo la música y su producción. “En un principio se entendía como una forma de realizar la música punk “a mano”, es decir, realizar por su propia cuenta la producción de las canciones, la gestión de las presentaciones y la música. Esto no solo permeó a bandas consideradas independientes, sino también ha llegado a ser el proceso de producción musical de bandas como Radiohead y Nine Inch Nails”<sup>37</sup>, grupos que buscaban una independencia ideológica y creativa.

Otro de los elementos que también benefició la apertura a nuevos talentos en el sistema de la industria musical fue la creación de vínculos entre músicos y bandas emergentes. Estas alianzas permitieron que algunos de ellos desarrollaron sus propios estudios y sellos discográficos para poder grabar álbumes de otros grupos o trabajar en colaboración con locales para organizar conciertos y pedir a bandas afines que se unieran a ellos.

Por último, (pero no menos importante) hablaremos de la promoción, una variante de la industria que, a diferencia de la difusión, tiene como objetivo desarrollar la compra y venta del producto que anteriormente fue creado por el talento y distribuido por diferentes técnicas publicitarias. Es aquí donde aparece el famoso marketing musical, un campo de negocios que se encarga de planear y ejecutar los procedimientos necesarios para hacer un proyecto rentable.

“No obstante, la promoción musical no ha sido siempre la misma, pues los investigadores Británico, Hye- Kyung Lee dividen la historia del marketing en tres grandes etapas:

- La década de 1970 cuando surgen las primeras publicaciones que tratan sobre el marketing en el sector del arte como un conjunto de herramientas útiles para alcanzar nuevos mercados.

---

37 Urbina, V. (2018). *La cultura musical ‘Do It Yourself’*. Recuperado el 18 de Noviembre del 2021, de: <https://plazacapital.co/escena/3268-la-cultura-musical-do-it-yourself>

- Los años 80, etapa de cambio en la visión, ya que pasa de considerarse como una mera herramienta a plantearse como un conjunto de procesos.
- A partir de los años 90 hasta la actualidad, se observa el reconocimiento del marketing de las artes como una filosofía de gestión.”<sup>38</sup>

Sin embargo, a lo largo de este periodo en la teoría del marketing en las artes se dejan ver dos grandes posturas. Autores como “Elizabeth Hirschman, Francois Colbert o Manuel Cuadrado afirman que las herramientas de marketing deben aplicarse únicamente después de que el producto esté diseñado, dejando la parte creativa en manos de los artistas sin tomar en cuenta la opinión del consumidor. Mientras que otros investigadores como Miranda Boorsman define la aplicación del marketing antes, durante y después del diseño del producto.”<sup>39</sup>

El modelo centrado en el mercado (surgido en los años 70 del siglo pasado, y promovido activamente desde entonces), postula que “el mercado es donde se proveen los bienes y servicios culturales, y el valor de éstos debe ser puesto a competencia, dando como resultado que los “mejores” bienes sean favorecidos por el público. De esta forma, se harán populares, es decir, serán los más difundidos; el resultado sería que la popularidad derivaría en un acceso generalizado a dichos bienes y servicios. Por tanto, la inversión debía concentrarse en las industrias culturales, y el sector cultural público podría centrarse en la “diversión cultural.”<sup>40</sup>

Por otro lado, también podemos definir la promoción como “la gestión que implica un proceso complejo que abarca documentar, valorar, interpretar, manipular, producir y divulgar no sólo el propio objeto sino un modelo comprensible de dicho objeto en su relación con su

---

38 Grazyna Ewa G. (2015). *Espectáculo musical; su recepción, traducción y promoción. Dialogo intercultural a través de la música*. Recuperado el 20 de Enero del 2022, de: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/454726/TEFI.pdf?sequence=1>

<sup>39</sup> *Ibíd.* Pg. 24

40 Rojas, M. (2017). *Difusión cultural. El proceso hacia su centralidad en las políticas culturales contemporáneas del estado mexicano*. Recuperado el 17 de Marzo del 2022, de: <http://132.248.9.195/ptd2017/enero/0754646/Index.html>

pasado histórico y su presente. La promoción es cultural porque trabaja con la obra del hombre, tangible e intangible, pasada y presente, que rodea e influye al ciudadano de hoy hasta ser parte de su historia y por lo tanto de su identidad. Es mediadora porque requiere de una técnica y un soporte material independiente del objeto y ajena al sujeto que la recibe.”<sup>41</sup>

Así es cómo las diversas creaciones culturales cumplen su cometido, su ciclo como expresiones de distintos lenguajes expresivos y sistemas de comunicación, sólo a través de su difusión y esta consiste en ofrecer el acceso a los bienes y servicios artísticos y culturales al mayor número posible de personas y a los más diversos sectores de la sociedad. En cambio, la promoción cultural se entiende como el estímulo y aliento a la adquisición comercial de estas manifestaciones.

Hoy en día las actividades de promoción de las nuevas empresas musicales giran en torno a las principales fuentes de ingresos de la música en la actualidad: los conciertos y la gestión de derechos. La dinámica consiste en: si los discos no se venden, no queda más remedio que intentar dar salida a los catálogos musicales en los circuitos de música en vivo y, por supuesto, intentar colaborar con marcas comerciales en busca de un beneficio.

Una industria basada en la música en directo no sólo es posible, sino que es la más usada en la actualidad. Lo interesante del asunto es que la música en vivo se alimenta de música grabada. Lógicamente, las grabaciones musicales siguen siendo un contenido indispensable para comunicar y promocionar la música. Pues, “para que el público asista a un concierto, la música ha de ser grabada y promocionada. Y eso cuesta dinero. También en la era de las redes sociales, donde cualquier grupo tiene un blog, una página en Facebook, una cuenta en Twitter y un buen puñado de grabaciones caseras con un sonido cada vez más competente”.<sup>42</sup>

#### **Capítulo 1.4 Figuras femeninas líderes en la industria musical**

Si miramos al pasado de la industria musical podemos percatarnos de la existencia de presencias masculinas en todos los campos que la conforman: ingenieros de audio, músicos,

---

41 Ruiz, A. (2010). *Interpretación y difusión: dos formas diferentes de ver el patrimonio*. Recuperado el 17 de Diciembre del 2021, de: <https://www.ugr.es/~arqueologyterritorio/PDF7/Parrondo.pdf>

42 Martín, A. (2015) *Música, industria y promoción: ¿cómo ha cambiado el marketing musical?* Recuperado el 17 de Diciembre de 2021, de: <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/2012/1844>



productores, diseñadores sonoros y mucho más. Pero, ¿dónde quedan las presencias femeninas? Un estudio sobre la industria musical española realizado por la asociación MiM (Mujeres en la Industria Musical) en enero de 2021 señala que “solo el 37% de las empresas del sector están lideradas por mujeres y ese porcentaje se reduce al 14% en el caso de las discográficas independientes”.<sup>43</sup> Es por ello que dentro de este apartado daremos lugar a diferentes mujeres que han podido abrirse paso en la industria musical a pesar de la brecha de género que aún permea mayormente dentro de ella.

Cómo hemos visto a lo largo del capítulo, existen diferentes tipos de violencia de género que dificultan el progreso de las mujeres en el sector musical, e incluso en palabras de Alicia Arauzo (Manager general de Universal Music) “A veces nosotras nos ponemos el techo de cristal. No nos planificamos la vida ni personal ni profesional desde la ambición y el liderazgo”. El techo de cristal es una metáfora que ha tomado mucho impulso en los últimos años, pues hace referencia a “los límites para la realización de la mujer en la vida pública, generado por los estereotipos y las construcciones culturales de las sociedades a través del tiempo. Este margen detiene la ascensión piramidal de las mujeres hacia puestos de alta jerarquía e impide su realización personal en la esfera del reconocimiento público”.<sup>44</sup>

Hay que mencionar, además que el techo de cristal abarca un conjunto de normas no escritas en el interior de las organizaciones y es su carácter de invisibilidad lo que complica el crecimiento de las mujeres. Cabe señalar que este término es el resultado de la ausencia de leyes y códigos visibles que eliminen semejantes limitaciones a las mujeres. Desde un principio este término se utilizó para hacer referencia a las barreras que la mujer tiene para

---

43 Prats, M. (2021). *Ni un tercio de las artistas principales y solo un 6% de DJs: las mujeres en la industria musical*. Recuperado el 10 de Enero del 2022, de: [https://www.huffingtonpost.es/entry/mujeres-musica-industria-machismo\\_es\\_617bbd21e4b06573574797cf](https://www.huffingtonpost.es/entry/mujeres-musica-industria-machismo_es_617bbd21e4b06573574797cf)

<sup>44</sup> Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres. (2019). *¿Qué es el techo de cristal y qué pueden hacer las empresas para impulsar la igualdad de género?*. Recuperado el 22 de Marzo del 2022, de: <https://www.gob.mx/conavim/articulos/que-es-el-techo-de-cristal-y-que-pueden-hacer-las-empresas-para-impulsar-la-igualdad-de-genero?idiom=es>

escalar en la jerarquía organizacional de su entorno laboral, que no son fácilmente detectables, pero suelen ser la causa de su estancamiento.

Algo semejante sucede con el piso pegajoso, concepto que se “refiere a los dilemas psicoemocionales que viven algunas mujeres quienes se desarrollan en espacios profesionales, y la presión familiar, social y de pareja les hacen creer que su lugar ‘natural’ es el espacio privado de cuidado y crianza, por lo cual, llegan a sentirse inseguras sobre el despliegue de sus capacidades y, ante las dificultades para conciliar la vida laboral, profesional y familiar, optan por dejar su crecimiento laboral y profesional”.<sup>45</sup>

Violencias de este tipo hacen que hoy en día (y desde hace mucho tiempo) las mujeres tengan que esforzarse el doble que sus compañeros hombres para poder acceder a puestos de gran importancia. “Esta desigualdad se plasma claramente en el sueldo, en dónde según los datos publicados por MiM, el 70% de las mujeres de la industria cobra menos del salario medio masculino que es de en torno a 16.800 euros al año. Mientras que un 65% de ellas admite que ha trabajado sin ningún tipo de contrato o remuneración durante al menos un año.”<sup>46</sup>

El techo de cristal y el suelo pegajoso son solo algunos de los obstáculos que han tenido que, a travesar las mujeres, pues es importante recordar que la discriminación, el acoso sexual, la escasez de oportunidades para el progreso profesional, la brecha salarial y la falta de visibilidad, son violencias muy comunes en la industria musical. Por estos motivos y a diferencia de los hombres, las mujeres han tenido que luchar por un lugar dentro de dicho espacio, ya que a lo largo de los años se les ha dificultado o incluso negado el espacio como productoras, compositoras, managers o directoras.

El estudio titulado *Counting the music industry*, llevado a cabo por Vick Bain, CEO de la Academia Británica de Escritores, Compositores y Autores, sigue la premisa de que el desarrollo óptimo y el éxito de las carreras musicales de los artistas y bandas son resultado

---

<sup>45</sup> Glosario para la igualdad. (2019). Instituto Nacional de Las Mujeres. Recuperado el 18 de Enero del 2022. Disponible en: <https://campusgenero.inmujeres.gob.mx/glosario/terminos/piso-pegajoso>

<sup>46</sup> Op. Cit. MIM. (1 de Octubre). Estudio de género en la industria de España.

del apoyo económico/profesional que reciban de editores musicales y sellos discográficos. Bain cuenta con más de 25 años de experiencia en las industrias creativas y ha realizado investigación, presentaciones, campañas, capacitación y consultoría en diversidad en cada uno de los aspectos de la industria musical y otros sectores creativos.

Este trabajo que analizó a más de 300 de estas empresas arrojó como resultado (y como posibles áreas a trabajar para futuras investigaciones), 12 barreras que impiden a las mujeres iniciar y mantener una carrera musical en UK y que contribuyen a mantener la significativa brecha de género en esta industria. Sin embargo, consideramos que también están presentes en países como México. Estos obstáculos son: la multa por maternidad, contexto histórico, brecha salarial, horarios muy demandantes, tecnofobia, sexismo, acoso, prejuicios, ideología inconsciente, el género en la música, falta de modelos a seguir y de confianza por razones de género.

Cada uno de estos elementos puede ser limitante, pero si se combinan (como ocurre en muchos casos), pueden impactar negativamente en la carrera musical de las mujeres de tal manera que la pausen o la finalicen definitivamente. La autora también menciona tres ejes que el género atraviesa específicamente en el ámbito musical: el primero tiene que ver con la exigencia hacia las mujeres de ser físicamente perfectas, al grado de que su apariencia sea más importante que su talento y habilidad. El segundo es que, a pesar de que no hay ningún aspecto biológico que determine que las categorías y constructos culturales que se han construido alrededor de los géneros masculino/femenino son correctos, hay una forma generalizada de percibir ciertos instrumentos o géneros como pertenecientes a uno de los dos. De acuerdo a los estilos de música, tono, vestimenta, instrumentos, letra, tendemos a percibir los tipos de música como femeninos o masculinos. Guitarras, metales, baterías e instrumentos relacionados con la tecnología son mayormente asociados a hombres, lo cual ha relegado y sigue relegando a mujeres de géneros como el metal.

El tercer eje es el hecho de que los hombres parecen tener una preferencia por trabajar entre ellos, lo cual excluye a las mujeres de las actividades creativas. Al carecer de apoyo, hay menos mujeres que pueden abrirse paso dentro de las artes. Se necesita un cambio cultural en términos de diversidad e inclusión desde un enfoque moral y no solo en uno que

se preocupa únicamente por aspectos creativos y de negocios.<sup>47</sup> Para terminar su estudio, Bain apunta hacia algunas estrategias que podrían solucionar las 12 dificultades antes mencionadas. La autora plantea que, si son tomadas en cuenta y trabajadas por los propios espacios de trabajo en la industria musical, el gobierno y los sistemas educativos, la brecha de género en la música puede mejorar.

La primera sugerencia solicita que el gobierno mejore su legislación a favor de necesidades femeninas como: cobertura de paternidad, ampliar los reportes de brecha salarial, permiso parental compartido para auto empleados, aumentar las protecciones por maternidad, programas de acción para combatir y brindar protección en casos de acoso sexual y victimización, atender las solicitudes de flexibilidad en el trabajo, mayor acceso a asesoría legal y apoyo y financiación a la iniciativa de diversidad de género.

La siguiente, que apela a los diferentes sectores de los negocios musicales, solicita que apoyen a una iniciativa femenina por año como Women in Music, Keychange y She Said So, entre otras. Se recomienda realizar una auditoría del personal y establecer objetivos de diversidad. Incentivar y aumentar el reclutamiento femenino, especialmente en posiciones de liderazgo, así como mejorar la retención de talento en las empresas para mujeres mayores de 35 años, mediante el impulso de flexibilidad en los empleos y, por último, que los sellos discográficos firmen con más mujeres músicas, con miras a cumplir el objetivo de 50-50, mientras que se insta que los editores de música firmen con al menos 40% de compositoras.

La tercera va dirigida a los sistemas educativos, desde los niveles básicos, medio superior y superior. Se insta a que elaboren iniciativas que mejoren las oportunidades de integración en el ámbito laboral de la industria musical para las mujeres que cuenten con un título en música, que tengan más comunicación y colaboración con la industria. Se solicita que enseñen competencias tecnológicas para las estudiantes de música en todos los niveles, al igual que animar a las estudiantes a aprender instrumentos que tradicionalmente han sido asociados a los hombres. Este estudio también reveló la anomalía de que, a pesar de que las

---

<sup>47</sup> Bain, Vick. (2019) *Counting the Music Industry. A study of gener inequality in the UK Music Industry*. Recuperado el 03 de Febrero del 2022, de: <https://img1.wsimg.com/blobby/go/0f1af03e-1d6c-4b2f-a3fb-ffebb8cd6604/downloads/Counting%20the%20Music%20Industry%20summary%202019.pdf>

mujeres tienen un mejor desempeño académico que sus compañeros durante su educación superior en música, al llegar a la inserción y desarrollo en el ámbito profesional, los papeles se invierten.

Por último, la cuarta sugerencia es para las futuras investigaciones en torno al tema, para que se enfoquen en faltas de conocimiento en aspectos como: las trayectorias profesionales de exalumnas de música, brecha salarial entre compositores/compositoras y por etnicidad, discapacidad, edad y clase entre los trabajadores, músicos y compositores de la industria. También balance de género en el 10% del top de compañías en la industria musical, sellos internacionales para una visión global, etiquetas de catálogo para una perspectiva histórica y estadísticas de género para orquestas, coros y bandas del UK (aunque podría aplicar a las de cada país).<sup>48</sup>

Por estas dificultades y cuestiones que aún hay que mejorar para hacer del sector musical un ámbito laboral seguro que permita a las mujeres crecer, es necesario reconocer a aquellas que lo han logrado a pesar de estas dificultades. Es por ello que a continuación mencionaremos a algunas de éstas mujeres que se desarrollaron plenamente dentro de la industria musical. Hoy son figuras de inspiración para que muchos colectivos artísticos y culturales se interesen en promover la conciencia, la diversidad y las oportunidades de las mujeres en las diferentes áreas en la música. Para finalizar esta sección, también abordaremos brevemente la organización ‘SoundGirls’.

### **Stacey Tang**

RCA Records (Radio Corporation of America Records) es una casa discográfica estadounidense, propiedad de Sony Music Entertainment (SME), una subsidiaria de Sony Corporation of America y es una de las tres marcas discográficas más importantes de SME, junto a Columbia Records y Epic Records.

Desde su creación en 1929, RCA Records se ha convertido en uno de los sellos discográficos más exitosos de todos los tiempos y fue un pionero en el lanzamiento de 45

---

<sup>48</sup> Op. Cit. Bain, Vick. (2019). Pg. 04

rpm (revoluciones por minuto) de discos de vinilo, así como la cinta de cassette de 8 pistas. A lo largo de su trayectoria, la disquera ha publicado varios géneros de música incluyendo: Rock, Rap, Pop, Blues, Jazz y más, y “actualmente es la segunda compañía discográfica más antigua de la historia de Estados Unidos, después de la discográfica hermana, Columbia Records”<sup>49</sup>. Con el paso de los años y gracias a la expansión de Sony Music RCA Records ha podido establecerse también en Reino Unido en dónde ha desarrollado a múltiples artistas y bandas.

RCA Records cuenta con una extensa variedad de artistas dentro de su repertorio que va desde Elvis Presley y David Bowie hasta Diana Ross, Nina Simone, Iggy Pop y Lou Reed. “Actualmente, los artistas del Reino Unido en el sello incluyen a Little Mix, Bring Me The Horizon, Jake Bugg, Paloma Faith, Olly Murs, MØ, Camelphat y Fredo, uniéndose a superestrellas estadounidenses como Lil Nas X, Beyonce, Justin Timberlake, P!nk, Alicia Keys y Miley Cyrus”<sup>50</sup>.

Actualmente la empresa RCA Records en Reino Unido está dirigida por el presidente David Dollimore y la vicepresidenta ejecutiva Stacey Tang, quien anteriormente había sido codirectora general de Columbia UK (empresa hermana de RCA Records) en dónde Tang “supervisó seis álbumes No.1 del Reino Unido en el sello, y la participación de mercado de los álbumes de Columbia se duplicó con creces en el territorio”<sup>51</sup>.

En los últimos años Stacey Tang se ha convertido en una de las mujeres más importantes dentro de la industria musical gracias a su trayectoria y al trabajo que ha desarrollado con múltiples artistas internacionales tales como: Dua Lipa, Calvin Harris y George Ezra por mencionar algunos, mismos que han alcanzado la venta de millones de discos gracias al sello discográfico de RCA Records.

---

49 ETHW, Radio Corporation of America (2017). *About RCA*. Recuperado el 04 de Abril del 2022, de: <https://ethw.org/RCA> (Radio Corporation of America)

50 RCA Records. (2020). *About RCA*. Recuperado el 12 de Enero del 2022, de: <https://www.rca-records.co.uk/history>

<sup>51</sup> Stacey, Tang. *Power List 2018*. Recuperado el 14 de Enero del 2022, de: <https://www.bbc.co.uk/sounds/play/p06pznc9>

Anteriormente Stacey Tang fue gerente en Atlantic Records UK y fue un miembro clave para realizar la estrategia de mercadotecnia que ayudó a Ed Sheeran a posicionar su primer álbum. “También ha dirigido campañas en el Reino Unido para A\$AP Rocky, Harry Styles, Foo Fighters, LCD Soundsystem, Kings of Leon, Arcade Fire, Miley Cyrus y Mark Ronson”.<sup>52</sup>

En 2018 Woman's Hour de la BBC reveló la “Women In Music Power List 2018”, con el objetivo de reconocer a las 40 mujeres más exitosas que tienen un impacto en la música que todos escuchamos, ya sea en radio, vinilo o servicios de transmisión. Esta lista no busca mostrar a las mujeres que hayan vendido la mayor cantidad de discos, sino a quienes demuestren poder en la industria, sean innovadoras y defiendan el trabajo de otras mujeres o que cambien la industria desde adentro, haciéndola más igualitaria, diversa y creativa. Ese mismo año “Stacey Tang fue colocada en la posición número cinco”<sup>53</sup> gracias a su trayectoria y logros que han sido inspiración para miles de mujeres que buscan trabajar dentro del sector musical.

### **Albina Cabrera**

KEXP-FM (90.3 MHz) es una estación de radio pública de Seattle en Washington especializada en transmitir rock alternativo y emergente de Estados Unidos y el mundo, también presenta programas semanales dedicados a otros géneros musicales como rockabilly, blues, world music, hip hop, electrónica, punk y country alternativo. La estación también es muy conocida a nivel mundial por sus sesiones en vivo desde su estudio de grabación con bandas nacionales e internacionales.

KEXP comenzó sus labores en 1972 con apenas 10 vatios y en su momento fue dirigida únicamente por estudiantes y voluntarios, pero a lo largo de los años esta frecuencia ha

---

52 Music Business Worldwide. (2018). *Stacey Tang named managing director of RCA UK*. 2018. Recuperado el 15 de Enero del 2022, de: <https://www.musicbusinessworldwide.com/stacey-tang-named-managing-director-of-rca-uk/>

53 Trendell A. (2018). *BBC's Woman's Hour reveal 'Women In Music Power List' for 2018*. NME. Recuperado el 16 de Enero del 2022, de: <https://www.nme.com/news/music/most-powerful-women-in-music-2018-2384363>

crecido tanto que hoy en día se ha convertido en uno de los medios de difusión musical con más fuerza e importancia en el noreste de Estados Unidos y el mundo.

La estación ha podido desarrollarse gracias “al apoyo de más de 8,000 donantes de campañas de capital y 16,000 donantes de fondos anuales”<sup>54</sup>. Tiempo después la casa de KEXP se abrió al público el 16 de abril de 2016, con un evento público que duraba todo el día, al que asisten más de 12,000 personas. “KEXP ahora tiene más de 300 patrocinadores comerciales y cuenta con la asistencia de 600 voluntarios activos que donan 24,000 horas al año. El canal de YouTube de KEXP cuenta con 1,000,000 de suscriptores y casi 500,000,000 visitas”<sup>55</sup>.

KEXP ha integrado a su programación diversas propuestas sonoras provenientes de diferentes partes del mundo e incluso tienen asignado un espacio especial para compartir talentos emergentes de Latinoamérica, mismo que está dirigido por Albina Cabrera la primera mujer latina e inmigrante en hacer radio en vivo en la prestigiosa emisora estadounidense.

Albina Cabrera es una locutora y productora nacida en Mendoza, Argentina y desde temprana edad comenzó a involucrarse con el mundo musical que la rodeaba y actualmente, se encarga de la curaduría de la música iberoamericana en la radio estadounidense Kexp, es manager de bandas como El Mató a un Policía Motorizado y conduce Atajo por Nacional Rock otra famosa emisora de radio pública en Argentina.

Tras quedar desempleada, Albina se fue de Argentina en el 2018 buscando aprender, y hoy ocupa en la radio un puesto que fue creado especialmente para ella: productora de contenidos latinoamericanos que tiene como objetivo facilitar el nexo para bandas independientes latinoamericanas con las audiencias internacionales. Busca una representación del sonido latino que sea justa, desprejuiciada, libre de estereotipos y antirracista. “No quiero mostrar sólo reggaetón o que todo lo que mostremos tenga ese tinte de latin beats playeros, de fusión. Queremos mostrar el rock, el pop, el stoner, la escena electrónica, ¡El black metal del Litoral! Y que la regionalización de la música no esté basada

---

<sup>54</sup> About KEXP. Recuperado el 19 de Enero del 2022, de: <https://www.kexp.org/about/>

<sup>55</sup> About KEXP, *Ibid.*



solamente en lo que ya pensamos que son esas culturas musicalmente” declaró en entrevista.<sup>56</sup>

Albina también se ha declarado abiertamente feminista e incluso a partir de esa postura analiza: “Como mujeres, siempre nos hicieron creer que no teníamos el criterio para hablar de música, o que si hablábamos de música y también de política no era serio. Que si lo hacíamos era un hobby”<sup>57</sup>. No obstante, hoy en día ella está demostrando todo lo contrario y se ha convertido en un claro ejemplo de empoderamiento femenino dentro de las grandes instituciones que rodean a la industria musical.

Dentro del mundo de la música a menudo solemos atribuir el éxito de una canción a los artistas o compositores, sin embargo, ellos no siempre son los responsables de esta respuesta, ya que existe todo un equipo detrás que permite a los artistas conseguir el renombre y la fama que tanto desean. La producción musical en definitiva forma parte del sector no visible que envuelve a la música, sin embargo, sin este proceso difícilmente podríamos disfrutar de miles de canciones. Un productor o productora musical se encarga de realizar varias tareas que van desde la grabación a la incorporación de efectos, la gestión del presupuesto y otras cuestiones necesarias para convertir una idea musical en algo real y espléndido. Según explica Ramir Martínez, profesor de Microfusa, “la producción musical consiste en “el uso de la tecnología para transformar una idea musical en algo que podamos escuchar en un soporte, ya sea un CD o en un servidor a través de streaming o descarga”<sup>58</sup>.

No obstante está de más mencionar que a lo largo de los años e incluso actualmente es un campo laboral predominado por hombres y según el informe publicado por Annenberg Inclusion Initiative (2018), en al menos “300 canciones anglosajonas y 651 productores, un

---

56 Sasturain, L. (2020). *Entrevistamos a Albina Cabrera, Productora de Contenidos Latinoamericanos en KEXP*. Recuperado el 02 de Febrero del 2022, de: <https://elplanteo.com/entrevistamos-a-albina-cabrera-productora-de-contenidos-latinoamericanos-en-kexp/>

<sup>57</sup> *Ibíd.* Sasturain Lola (2020).

<sup>58</sup> Vives, J. (2020). *¿Qué hace un productor musical?*. Recuperado el 03 de Febrero del 2022, de: <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20180910/451722465568/produccion-musical-productor-exitos-musica.html>

98% eran hombres y SOLO el 2% eran mujeres”<sup>59</sup>. Lo que significa que hay 1 productora mujer por cada 49 productores hombres. Después de conocer esta notable brecha de género, a continuación, hablaremos de dos de las productoras más importantes dentro de la industria.

### **Sylvia Robinson**

Aunque en la actualidad mujeres como Cardi B, Nicki Minaj y SZA, La mala Rodríguez y Ana Tijoux (por mencionar algunas) están haciendo del rap un género más equitativo, hace un par de años esta idea era inconcebible, ya que por lo general el rap solía ser un espacio exclusivo para hombres en dónde el machismo y la violencia se manifestaban a través de las letras sin miedo a las consecuencias. Una situación bastante irónica, considerando que el rap posiblemente es lo que es gracias al trabajo que hizo una mujer hace más de 40 años (1979).

Sylvia Robinson, mejor conocida como “la madre del hip hop” nació el 29 de mayo de 1935 y fue una mujer de negocios que encontró el éxito como cantante, guitarrista y productora discográfica. Robinson fue una pieza clave en la transición del rap pues fue gracias a su trabajo que este género dejó de ser un movimiento underground y se convirtió en un fenómeno masivo, pues en 1979 formó el grupo pionero de rap: Sugarhill Gang y a su lado produjo la primera grabación de éxito comercial de rap: Rapper's Delight.

“Su currículum se remonta a la década de los cincuenta, cuando formó el dúo Mickey & Sylvia y grabó el tema Love is strange (1956), compuesto por ella”<sup>60</sup>. Una canción que en poco tiempo se haría bastante popular y la ayudaría a colocarse dentro del radar de la industria musical. No obstante, su carrera se detuvo cuando contrajo matrimonio en 1962 y se retiró para dedicarse a la crianza de sus hijos.

Tiempo después a finales de los sesenta convenció a su marido para crear un sello independiente (All Platinum Records). Sin embargo, All Platinum no fue muy rentable y Sylvia consideró retirarse. Sin embargo, su suerte cambiaría radicalmente en junio de 1979

---

<sup>59</sup> Stacy L., Marc C. & Dr. Katherine P. (2017). *Inclusion in the Recording Studio? Gender and Race/Ethnicity of Artists, Songwriters & Producers across 600 Popular Songs from 2012-2017*. Recuperado el 08 de Febrero del 2022, de: <https://assets.uscannenberg.org/docs/inclusion-in-the-recording-studio.pdf>

<sup>60</sup> Op. Cit. Vives J.

“cuando acudió a una fiesta en un club llamado Harlem World, en Manhattan, donde fue testigo de un espectáculo que la dejó maravillada: un DJ pinchaba viejos discos de R&B mientras un chico recitaba por encima. Lo llamaban rap. “El chico que rapeaba decía cosas como: ‘Moved las manos en el aire’, y la gente lo hacía. Si hubiera dicho: ‘Lanzaos al río’, lo habrían hecho. Un espíritu me dijo: ‘Pon este concepto en un disco y será lo más grande que hayas tenido’”<sup>61</sup>

Poco después y con esa premisa en mente nació Rapper’s delight, que entró al top 40 de la lista de ventas de Estados Unidos, y que “vendió dos millones de unidades en una semana”.<sup>62</sup> Posteriormente y gracias a su indudable talento, Sylvia logró construir una de las principales discográficas independientes de Estados Unidos: Sugar Hill Records, junto con su esposo, Joe Robinson.

Sylvia murió de insuficiencia cardíaca el 29 de septiembre de 2011, pero su legado perdurará durante muchos años. Fue una de las primeras mujeres negras en desarrollar su propio sello discográfico y tener el oído y la sensibilidad para identificar una propuesta que se convertiría en un género musical tremendamente popular.

## **Mónica Saldaña**

En la ciudad de México existen diferentes festivales masivos que año con año traen a la ciudad nuevas propuestas musicales. Sin embargo, en varios de los carteles seguimos encontrando que existe una mayor cantidad de artistas masculinos o bandas conformadas por hombres. Según el sitio web Ruidosa, que realizó una investigación a partir de 66 festivales con sede en Latinoamérica durante 2016 y 2018, y la apertura que éstos tenían en cuanto a talentos femeninos “la participación de mujeres, solistas y bandas de mujeres, no supera el

---

<sup>61</sup> Op. Cit. Vives J.

<sup>62</sup> Charnas D. (2019). *The Rise and Fall of Hip-Hop’s First Godmother: Sugar Hill Records’ Sylvia Robinson*. Recuperado el 03 de Febrero del 2022, de: <https://www.billboard.com/music/rb-hip-hop/sugar-hill-records-sylvia-robinson-hip-hop-godmother-8533108/>

10% de los números artísticos en cada uno de los tres años analizados: 9,1% en 2016, 10% en 2017 y 10,1% en 2018, manteniéndose una constante a través de los tres años<sup>63</sup>.

No obstante, existe un festival que a diferencia del resto durante sus más de 10 ediciones ha tratado de mantener un equilibrio entre el talento masculino y el femenino, para así erradicar la brecha de género que permea en este tipo de eventos. El festival NRMAL es uno de los festivales que hoy día tienen mayor presencia en la Ciudad de México, pues se caracteriza por traer las propuestas más frescas dentro de la escena underground. La primera edición de este festival se realizó en el 2010 en la ciudad de Monterrey pero poco tiempo después NRMAL adoptaría como sede permanente la CDMX.

Una de las figuras más representativas de este festival es sin duda Moni Saldaña “una periodista de profesión, melómana y emprendedora, que es ahora un referente para las generaciones de que las chicas son capaces de concretar grandes ideales a partir de un festival de gran potencial como lo es NRMAL y a su vez, promover diversos proyectos que se apegan a sus ideales”.<sup>64</sup> Moni Saldaña es una de las fundadoras y promotoras de este festival que desde el 2010 busca visibilizar y promover el desarrollo de la música independiente.

Además Moni Saldaña también busca visibilizar el talento femenino, para ser un ejemplo en las nuevas generaciones: “Es nuestra responsabilidad como programadores presentar un line-up equitativo y diverso, lo que es natural para nosotros por los valores que tenemos como festival y lo que queremos que se refleje no sólo en el escenario, sino en el público que asiste a NRMAL. Tenemos que dar ese espacio a los proyectos conformados por mujeres, para que se desarrollen sobre escenarios profesionales y puedan crecer y tener el mismo tipo de oportunidades que los proyectos masculinos, y que gracias a ello se juzgue únicamente su talento y no su género”<sup>65</sup> comentó en entrevista para Warp México en Febrero del 2020.

Y así lo ha logrado, pues en el pasado año 2017, NRMAL (México) fue el festival de música que permitió mayor participación de mujeres con un 25,5%. El trabajo de Moni ha dado como resultado un beneficio colectivo que continúa creciendo con ella y el ambiente

---

<sup>63</sup> Op. Cit. Navarro S. (2020, Febrero).

<sup>64</sup> *Ibíd.*

<sup>65</sup> *Ibíd.*

que la rodea. Gracias a su iniciativa, se han incorporado más talentos femeninos en el festival y más mujeres trabajando en la organización y producción del mismo.

### **Ann Delia Derbyshire y Daphne Oram**

Durante años, se creía que la música solo estaba relacionada con los instrumentos musicales tradicionales, sin embargo, esta idea popular cambió a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, cuando la música electrónica se desarrolló a la par de la innovación de inventos sonoros en el mercado, como el telharmonium o el theremín.

Se puede definir a la música electrónica como “el tipo de música que se emplea a través de instrumentos electrónicos y tecnología musical electrónica para su producción e interpretación”<sup>66</sup>. La electrónica es sin duda una expresión artística fundamental en el mundo contemporáneo de la música, pues es gracias a este género que los sonidos cotidianos que conocemos, han podido adquirir un ritmo y musicalizarse.

Este nuevo estilo musical traería consigo críticas positivas y negativas entre las masas, pues aunque varias personas consideraban que esta nueva forma de hacer música era innovadora y futurista, otros consideraban que no podía ser música por el simple hecho de no estar relacionada directamente con las técnicas musicales tradicionales.

El auge de la música electrónica trajo consigo a múltiples pioneras del género, quienes por muchos años quedarían en el lado oculto de la historia de la electrónica. Tal es el caso de Ann Delia Derbyshire y Daphne Oram. Derbyshire (05 de mayo de 1937) fue una de las pioneras en el ámbito de la música electrónica, pues a lo largo de su carrera experimentó con diversas técnicas y sonidos electrónicos para medios radiofónicos, televisivos, teatrales y cinematográficos. Aunque Derbyshire es conocida por desarrollar el tema principal de la serie británica sobre ciencia ficción *Doctor Who* producida por la BBC de Londres en 1963,

---

<sup>66</sup> Jarre J. (2017). Música electrónica: mucho más que un sonido. Recuperado el 06 de Diciembre del 2022, de: <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20170612/423281653624/musica-electronica-mucho-mas-sonido.html>

su principal aporte a la escena electrónica fue durante su trayectoria laboral dentro de BBC Radiophonic Workshop, dónde colaboro con Daphne Oram.

Oram (31 de diciembre de 1925) fue una compositora británica especializada en la electrónica. Oram fue una de las primeras productoras en sonido electrónico y es la creadora de la técnica Oramics (técnica para crear sonidos electrónicos con base en trazos), así como una figura indispensable en la evolución de la música electrónica.

Por otra parte, ella fue “la primera mujer en dirigir un estudio de música electrónica, en arreglar un estudio personal para producirla y en diseñar y construir un instrumento de electrónica”.<sup>67</sup> Daphne comenzó a trabajar para la BBC en la década de 1950 y posteriormente fue ascendida para dirigir una campaña para la creación de infraestructuras y composición de música electrónica, pues conforme evolucionaba esta industria, la demanda de los sonidos electrónicos crecía.

Por ello, la BBC otorgó a Oram y a su socio Desmond Briscoe un presupuesto para fundar la BBC Radiophonic Workshop, a principios de 1958, en la que ella fue la primera Gerente de estudio. “El BBC Radiophonic Workshop (en castellano, taller radiofónico de la BBC), fue una de las primeras unidades de efectos de sonido de la BBC. Se creó en 1958 con el objetivo de producir efectos y nueva música para la radio, y se cerró en marzo de 1998.”<sup>68</sup>

Este proyecto tenía como principal objetivo ser un espacio de creación sonora de bajo presupuesto para los nuevos radioteatros y producciones televisivas de la BBC, las cuales contaban con nuevos estilos de elaboración y necesitaban de una nueva y renovada imagen sonora que no podía ser producida satisfactoriamente por las orquestas utilizadas en los radioteatros convencionales de la emisora.

Posteriormente Delia Derbyshire se unió al Taller Radiofónico entre 1962 y 1963 para contribuir en el espacio “Tiempo en nuestras manos”, un proyecto que duraría aproximadamente tres meses, sin embargo, Delia estuvo un período de once años trabajando

---

<sup>67</sup> Worby R. (2008). Daphne Oram: Portrait of an electronic music pioneer. The Guardian. Consultado el 29 de marzo de 2022, de: <https://www.theguardian.com/music/2008/aug/01/daphne.oram.remembered>

<sup>68</sup> UrbanetRadio.com, LA HISTORIA DETRÁS DE LA MÚSICA ELECTRÓNICA: BBC RADIOPHONIC WORKSHOP. Consultado el 04 de Diciembre de 2022, disponible en: <https://urbanetradio.com/blog/2020/02/05/la-historia-detras-de-la-musica-electronica-bbc-radiophonic-workshop/>

en el Taller de la BBC. “Delia podía combinar sus intereses de la teoría y la percepción del sonido, los modos, las afinaciones y la comunicación de estados de ánimo mediante sonidos exclusivamente electrónicos. A pesar de ello, la mayor parte de la música y experimentos sonoros de Delia fueron rotundamente rechazados por la BBC, que los consideró lascivos y lujuriosos, adelantados a su época e incomprensibles para los oyentes y televidentes”<sup>69</sup>.

Con el paso de los años la historia ha volteado sus reflectores hacia estas mujeres, pues el resultado de su trabajo nos ha permitido conocer una nueva cara de la música electrónica y el proceso por el cual transitó para ser lo que hoy en día conocemos. Uno de los recursos actuales que mejor relata este proceso es el documental de Reino Unido *Sisters with Transistors* (2020) de la directora Lisa Rovner, donde podemos encontrar las historias de Derbyshire, Oram y muchas pioneras más dentro de la electrónica que transformaron el panorama de la producción electrónica por completo.

### **Wendy Carlos**

Nacida el 14 de noviembre de 1939 en Rhode Island, Estados Unidos, Wendy Carlos es una de las más prominentes compositoras hoy en día. Desde los seis años se inició en la música con estudios en piano, posteriormente se licenció en música y física en la Universidad de Brown y su formación terminó con una maestría en Música por la Universidad de Columbia. Durante su paso por dichas instituciones de educación superior y al egresar de éstas, pudo conocer y forjar amistades con pioneros de la música electrónica como Vladimir Ussachevsky y el ingeniero Robert Moog, relación clave en el desarrollo del sintetizador Moog.

A sus 33 años (1972), se reconoció transexual y cambió de Walter Carlos (nombre con el que se publicaron sus primeras grabaciones) a Wendy Carlos. Ya con esta identidad desarrolló una prolífica carrera musical en la que, en la década de los 60-70, lanzó dos álbumes (*Switched-On Bach* y *Switched-On Bach II*) y piezas de su autoría fueron utilizadas en bandas sonoras de películas hollywoodenses. Fue seleccionada en 1971 por el cineasta Stanley Kubrick para crear el soundtrack de *Naranja Mecánica* y componer parte de la banda

---

<sup>69</sup> Blee J. (2022). Delia Derbyshire: la psicología del sonido electrónico. Consultado el 06 de Diciembre de 2022, de: <https://historiahoy.com.ar/delia-derbyshire-la-psicologia-del-sonido-electronico-n2913>

sonora del Resplandor. Este filme se caracteriza por su musicalización conformada por piezas de música clásica en su versión original y otras remasterizadas con sintetizadores.

Las aportaciones de Carlos marcaron el inicio de un nuevo género musical que permitía interpretar clásicos con música contemporánea. Sus álbumes, que reinterpretaron la obra de Johann Sebastian Bach, fueron los primeros en ser llevados a cabo únicamente con un sintetizador y una grabadora de cinta. Aun con estas características considerados “música real” por músicos, público en general y la crítica especializada. Anterior a esto, la música solo se realizaba a través de instrumentos tradicionales, de manera que el trabajo de Wendy mostró las nuevas posibilidades de crear música con sintetizadores, procesadores de audio y otros instrumentos electrónicos. Contribuyó a la normalización y consolidación de los medios electrónicos como auténticas herramientas para la expresión musical, de manera que fue el surgimiento de la revolución sonora digital.<sup>70</sup>

Wendy Carlos, quien se sometió a una operación de cambio de sexo en 1972, justo después de su trabajo en Naranja Mecánica, también es un referente de no solo la inclusión, sino del éxito posible para las mujeres trans en el sector de la composición musical para cine. Luego de desaparecer por siete años después de su procedimiento, en una entrevista para la revista Playboy anunció su nueva identidad al igual que sus sentimientos de confusión, miedo y finalmente aceptación en su experiencia trans, la cual sirvió de inspiración en una época donde discursos de odio hacia la comunidad trans como 'The Transsexual Empire' de Janice Raymond todavía contribuían a la discriminación y marginalización de este grupo.<sup>71</sup>

## **Sound Girls**

La misión de esta organización es inspirar y empoderar a la siguiente generación de mujeres y personas no binarias en la industria del audio y producción musical profesional a través de la creación de una comunidad solidaria, proveer herramientas, conocimiento, recursos educativos y apoyo para avanzar en sus carreras. Tiene el objetivo de aumentar el número de

---

<sup>70</sup> Redacción de Blog de música en sitio web de UAM Radio abierta al tiempo 94.1 FM. *¿Quién es Wendy Carlos?* Disponible en línea en: <https://uamradio.uam.mx/blog-de-musica/quien-es-wendy-carlos/>

<sup>71</sup> Mullor, Mireia. *WENDY CARLOS, LA COMPOSITORA TRANS QUE DEJÓ HUELLA EN EL CINE DE STANLEY KUBRICK*. Publicado en sitio web de Fotogramas. Disponible en línea en: <https://www.fotogramas.es/noticias-cine/a35337108/wendy-carlos-compositora-trans-sintetizador-kubrick/>



mujeres en la fuerza de trabajo de este sector, que únicamente representa el 5%<sup>72</sup>, mediante tutorías, inserción en el mercado laboral, becas, talleres seminarios, asesoría e información para lidiar con acoso sexual y otros problemas de género que obstaculicen la trayectoria formativa y profesional de las mujeres en la música.

Fue fundada en 2013 por Karrie Keyes, ingeniera de monitores para Pearl Jam<sup>73</sup> y Michelle Sabolchick Pettinato, FOH (ingeniera ‘Front of House’) que ha trabajado para Elvis Costello, Gwen Stefani, Mr. Big, entre otros.<sup>74</sup> SoundGirls tiene presencia global con más de 6,000 miembros distribuidos en sedes localizadas en todo el mundo. Dado que uno de los principales propósitos de la organización es crear una red y un espacio para conectar y compartir conocimiento y experiencias entre mujeres que laboran en el sector musical, en 2018 colaboró con Spotify para el lanzamiento del directorio EQL que promueve la diversidad en la industria musical. Esta base de datos global de profesionales se enfoca en ampliar las carreras y los logros de las mujeres que trabajan detrás de la escena musical.<sup>75</sup>

Por último, consideramos que todos los géneros musicales existentes cuentan con una figura femenina que ha atravesado diferentes complicaciones derivadas de la desigualdad de género. No obstante, la extensión de este tema nos ha limitado a elegir solo algunos géneros musicales y expositoras en específico, pero en todos los ámbitos las mujeres siempre han estado presentes.

## Capítulo 2

### 2.1 Definición y breve historia de documental con perspectiva de género

El cine es un medio masivo de comunicación que, a través de la combinación de imagen y sonido, cuenta historias en formatos que conocemos como películas. La economía global del

---

<sup>72</sup> SoundGirls – F.A.Q.s. Disponible en línea en: <https://soundgirls.org/soundgirls-org-f-a-q-s/>

<sup>73</sup> Ferguson, Chrissie, escritora freelance contribuidora en Huffpost. *The Sound Behind Pearl Jam*. Disponible en línea en: [https://www.huffpost.com/entry/the-sound-behind-pearl-jam\\_b\\_58b0fc10e4b02f3f81e447ae](https://www.huffpost.com/entry/the-sound-behind-pearl-jam_b_58b0fc10e4b02f3f81e447ae)

<sup>74</sup> Mix Staff. *Michelle Sabolchick: FOH and SoundGirls.org*. Publicado en el sitio web de Mix: Music Production, Live Sound and Sound for Picture.

<sup>75</sup> Glicksman, Josh. *Spotify Pairs With SoundGirls to Launch EQL Directory to Boost Diversity Across Music Industry*. Publicado en sitio web de Billboard. Disponible en línea en: <https://www.billboard.com/pro/spotify-soundgirls-eql-directory-launch/>

cine se compone por una industria que atiende una necesidad social de producción de mensajes a través del gremio, tecnología y prácticas significativas.<sup>76</sup> El consumo de historias que aporten información, educación sentimental y un mayor entendimiento del mundo y nuestra condición humana es una necesidad. Por esta razón, el cine desempeña un papel muy importante en la sociedad.

Con esta gran oferta de películas, tenemos acceso a una gran variedad de ellas. Según el contenido y la forma de una obra audiovisual terminada, la industria cinematográfica le otorga un género para su clasificación. En la obra de Rick Altman, *Los géneros cinematográficos*, el profesor estadounidense de sonido en cine, géneros cinematográficos y teoría narrativa, afirma que el estudio de los géneros cinematográficos tiene su origen en el estudio de los géneros literarios. Los géneros aportan las fórmulas y estructuras que rigen una producción audiovisual. De los criterios de género dependen, un gran número de veces, las decisiones de programación y la interpretación del público; ya que éste tiene expectativas antes de ver un filme, al saber que pertenece a un género.<sup>77</sup>

El género funciona como una etiqueta de acuerdo a las características que ésta presenta y el público la reconoce como tal para hacer una lectura de la cinta. Dentro de los principales géneros cinematográficos se encuentra el musical, el western, cine bélico, ciencia ficción, *teen movies* o cine adolescente, cine de animación, de terror, *thriller* o suspenso, histórico, acción, de aventuras, comedia, fantasía, drama y el documental. Para efectos de este trabajo, nos centraremos en el musical y el documental. El documental o filme de no ficción es considerado el nacimiento del cine mismo.

El acuerdo implícito entre los creadores del documental y el público, así como la principal característica de este género es que el contenido debe ser verdadero; sin dar lugar a lo inventado o a la ficción. El género retrata una realidad que está sucediendo; el contexto y los personajes no son creados; sino que todos se representan a sí mismos con el objetivo de contar una historia. El documental no solo se limita a ser un espectáculo visual y emocional, sino que debe aportar un entendimiento crítico del mundo social. (lo cual también puede suceder con algunas ficciones) Es un tipo de cine con enfoque y valor social.

---

<sup>76</sup> Altman, Rick. *Los géneros cinematográficos*. Paidós Comunicación. Pág. 34

<sup>77</sup> Altman, Rick. *Los géneros cinematográficos*. Paidós Comunicación

De acuerdo al periodista británico Ian Aitken, el contenido del documental debe aplicar los principios del periodismo a la recolección de datos, respeto a la privacidad en entrevistas y reporte de hechos sin recurrir a la exageración ni a las afirmaciones que no tienen sustento. El tema debe ser tratado con cuidado e integridad y ser expuesto en una forma creativa y original.<sup>78</sup> El documental presenta un tema de la manera más completa posible; evitando la prisa al emitir juicios y abierto a considerar puntos de vista alternativos que promuevan la reflexión y el debate.

Conforme a la guionista, cineasta y educadora Sheila Curran Bernard, la naturaleza del documental no es igual a un reporte de noticias. Se presenta un tema que ha sido investigado y dado forma por la visión de un director/autor. Se entretienen datos, giros inesperados mediante imagen en movimiento que se apoya de ángulos de cámara, puntos de edición, diseño sonoro, música, composición y ritmo (narrativa)<sup>79</sup> El documental ofrece un mayor nivel de comprensión que profundice en explicar la circunstancia y trasfondo. Pretende informar, motivar y entretener

A pesar de que el periodismo busca acercarse lo más posible a la objetividad, lo cierto es que alcanzarla en un documental no es posible. Un documental es un ejercicio de interpretación de sus realizadores, por lo que no se puede excluir la presencia de un sujeto detrás de todas las decisiones. Es una persona o grupo de personas las que eligen la historia cómo, por qué y quién la va a contar, la información hablada o visual que se incluye/excluye, al igual que el tono, estilo, encuadres, puntos de vista y tomas.<sup>80</sup>

El *storytelling* es fundamental para la creación documental. La narrativa dota al tiempo de significado histórico. Esto lo logra a través de la introducción de ejes temporales de acciones y eventos que involucran personajes y otros agentes como fuerzas desconocidas, lugares, animales. Dicha definición de narrativa dada por Bill Nichols, el fundador de los estudios contemporáneos del documental, le quita al tiempo su carácter sin sentido y demuestra que son los actos e interacciones que ocurren en él, los que le dan su razón de ser.

---

<sup>78</sup> Aitken, Ian. *Encyclopedia of the documentary film*. Routledge, 2005. Introduction pages.

<sup>79</sup> Aitken, Ian. *Encyclopedia of the documentary film*.

<sup>80</sup> *Ibíd.* Page. 5

En todo largometraje o cortometraje existe, en primera instancia, una etapa de escritura de la historia, pero en el caso del documental, ¿Cómo se re-escribe la realidad?

Este género no inventa tramas y personajes; sino que su materia prima es la vida real. La tarea del documentalista es encontrar la historia dentro del material vivo. Es seleccionar y organizar los fragmentos de vida que reúna y encontrar en ellos las características de una historia: estructura, estilo, personajes. Este proceso abarca investigación, desarrollo, producción y tener un *pitch* o idea central con el que se articulen los fragmentos en un sentido coherente en la sala de edición y cumplir el objetivo comunicativo del audiovisual. En la audiencia debe existir un deseo creciente de descubrimiento a medida que las verdades y la relevancia del tema se vayan revelando a lo largo del documental.<sup>81</sup>

El documental tiene sus orígenes en “el amor primordial del cine por la superficie de las cosas y su habilidad por capturar fielmente la vida tal cual es.”<sup>82</sup> En este género cinematográfico, los comportamientos naturales tienen una cualidad cinemática intrínseca y al sonido se le puede dar un uso creativo. Esto sucede desde 1895, con la inauguración de la primera sala de cine en París con el invento del cinematógrafo de los hermanos Lumière.

De acuerdo con el crítico y teórico de cine estadounidense, Bill Nichols el primer documental fue *Nanook of the North* (1922), dirigido por Robert Flaherty por la estructura narrativa que presentó en su forma. Era nuevo en relación a lo que se había filmado anteriormente, que, a pesar de ser documentación de la vida real; carecía de un hilo narrativo. Por otra parte, el trabajo del escocés John Grierson, considerado el padre del documental, es considerado una base del género, por las habilidades de organización visibles en su obra.

De 1905 a 1915, apareció la elaboración de códigos narrativos y convenciones que diferenciaban al documental del cine tradicional en la organización de espacio/tiempo mediante la edición que usa los paralelos, puntos de vista, continuidad, acciones lineales y énfasis en la presentación de personajes vívidos. Durante la década de 1920 florecieron prácticas cinematográficas de vanguardia y técnicas de retórica para lograr la persuasión en

---

<sup>81</sup> *Ibíd.* Page. 11

<sup>82</sup> Nichols Bill. *Speaking Truths with Film: Evidence, ethics, politics in documentary.* University of California Press. Page. 16

el documental. De acuerdo a Nichols, cada uno de estos elementos contribuyeron a la forma de cine documental que se registró en el periodo entre las dos guerras. (1918-1939).

### **Audiovisual y documental con perspectiva de género**

Aunque la necesidad de contar historias es humana y no es exclusiva de un solo género, para efectos de este trabajo, abordaremos el tema de la aportación de las mujeres en el campo del documental. Se tomará a consideración la labor de mujeres documentalistas del siglo XX. Aunque solo se mencionará el trabajo de algunas de ellas, el reconocimiento y admiración hacia el trabajo de las demás cineastas que crearon y continúan creando obras hasta la actualidad, están presentes en este trabajo.

Se hizo de esta manera porque el campo de estudio es muy extenso y se optó por explicar los orígenes que sentaron las bases de la creación de cine documental con enfoque de género, que tuvieron lugar en países como Estados Unidos, Reino Unido y Canadá. Dichas bases aún son visibles en las producciones contemporáneas. De igual manera se hace mención de algunas de las primeras cineastas mexicanas, pertenecientes a las primeras generaciones de mujeres con formación académica en cine y sus respectivas obras.

Como se mencionó anteriormente, el género cinematográfico documental floreció durante el siglo XX. De acuerdo a Ian Aitken, las mujeres tuvieron participación en los documentales de ese siglo en áreas de producción que no son tan valoradas como deberían, dado que son aspectos fundamentales e indispensables en la creación audiovisual, como la grabación de sonido, investigación y postproducción. Su presencia existió desde los inicios del género.

De acuerdo a Hilary Neroni, profesora de cine y teoría de medios en la Universidad de Vermont, el cine como una industria naciente tenía las puertas abiertas para las mujeres cineastas; pero para la década de 1930, cuando la industria sentó bases en Los Angeles, se cerraron para ellas y relativamente siguen cerradas en la actualidad. Desde la producción audiovisual hollywoodense a la independiente, los videos disponibles en Youtube y otras apps, el cine se convirtió en el medio de arte visual y comunicación más grande y significativo en el siglo XX y XXI. Como resultado de esto, las políticas de representación

de género en el cine, televisión y otros medios tienen una influencia en las expectativas culturales y, por lo tanto, afectan el orden social.<sup>83</sup>

Durante el periodo de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), las mujeres y las películas tuvieron un lugar especial en la cultura americana. Una de las demandas de la economía de guerra fue la participación de las mujeres en las industrias de la misma. La publicidad y el cine, como sistemas de imágenes e instituciones creadoras de mitos, fueron los principales medios por los que imágenes fueron creadas para contextualizar el trabajo de guerra hecho por mujeres. Estos mecanismos crearon una imagen que sugería que las mujeres nunca habían trabajado antes fuera del hogar y que lo hacían únicamente en beneficio de sus esposos.

La imagen que resume la idea de las mujeres y su trabajo en la economía bélica, podría ser la ilustración de “Rosie the Riveter”, en la que observamos a una dama que, a pesar de su potencial revolucionario, aun parece fuera de lugar en la esfera pública del trabajo masculino y es suavizada con los roles tradicionales de esposa y madre. De manera similar, los filmes americanos de la década de 1940 mostraron la posibilidad de integración entre los reinos autónomos de lo público (esfuerzo de guerra) y el hogar y la familia.<sup>84</sup>

Osa Jhonson (1894-1953) fue una mujer cuyo trabajo fue clave para sentar las bases del documental etnográfico y naturalista del siglo XX. Esposa del fotógrafo y explorador entusiasta de la industria del cine, Martin Jhonson, Osa recorrió y capturó a través de la cámara tierras salvajes perdidas muy diferentes a lo que conocemos como “civilización”. Sin ignorar nunca el llamado a la aventura, la pareja vivió un sinfín de ellas que van desde escapar de caníbales, hacer documentales aéreos desde un hidroavión, hasta establecerse en Lago Paraíso, un lugar virgen al norte de Kenia.

La imagen de Osa, una mujer exploradora enfrentándose a lo desconocido causó una gran fascinación en una sociedad que no estaba acostumbrada a ver algo parecido y ésta misma fue la que le dio acceso a financiamiento para hacer cine documental. 14 años pasaron en África, filmando documentales, en asociación con el Museo Americano de Historia Natural

---

<sup>83</sup> Neroni, Hillary. *Feminist Film Theory and Cléo from 5 to 7*. Bloomsbury. 2016. P. 14

<sup>84</sup> Todd, Janet. *Women and film*. Holmes & Meier. P. 34

en Nueva York, quien les dio a los pioneros del documental un patrocinio para completar su sala dedicada a la cultura africana.<sup>85</sup>

Tanto Aitken como la profesora e investigadora en género, estudios sobre el documental y teoría cinematográfica, Shilyh Warren, en su obra *Subject to Reality*, afirman que, aunque las mujeres siempre estuvieron involucradas en el quehacer audiovisual, no fue sino hasta 1970 que en el mundo existieron todas las condiciones para que el cine documental feminista estallara. Tales condiciones eran un movimiento feminista organizado, instituciones cinematográficas/políticas y que las tecnologías necesarias para filmar fueran más accesibles. Otro factor para que este tipo de cine emergiera, fue el punto de vista crítico que se desarrolló a partir del cine clásico temprano de la década de 1940, que condujo a que se esperara algo diferente del cine contemporáneo. La cineasta francesa Agnes Varda podría ser considerada como la madre del documental feminista.

La década de los 70's fue clave para la producción de cine por mujeres. Estados Unidos atestiguó las primeras producciones de documental feminista, por la evolución de las tecnologías cinematográficas y los discursos sociopolíticos sobre raza y género. Estos discursos revolucionarios buscaban generar cambios a favor de la mujer como la promulgación de leyes que la protegieran. La manera de lograr dichos cambios era mediante instituciones y la apertura de investigación y estudios académicos sobre el tema. Como en gran parte de la historia, las manifestaciones artísticas (como en este caso el cine), reflejaron las preocupaciones sociales y lo que sucedía a nivel político y legal.

Hacia finales de 1960, la segunda ola del feminismo estalló con el movimiento anti-guerra y por los derechos civiles y se unió a Newsreel, colectivo de cine documental activista en conflictos sociales fundado en Nueva York en 1967. Gracias a los esfuerzos de las mujeres miembros de este colectivo, en 1971, Newsreel ya había producido dos documentales acerca de problemáticas femeninas. Al igual que este ejemplo, Aitken menciona el Seminario de proyección y discusión de Cine de Robert Flaherty, fundado en 1955 por Frances Hubbard Flaherty (1833-1972), viuda del cineasta. Durante los encuentros del seminario, se llegó a la

---

<sup>85</sup> De Medici, Abel. Osa y Martin Johnson: Los reporteros de las tierras vírgenes. Publicado en la sección de Historia de National Geographic. Consultado en línea en: [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/osa-y-martin-johnson-reporteros-tierras-virgenes\\_15170](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/osa-y-martin-johnson-reporteros-tierras-virgenes_15170) el 18 de septiembre de 2021.

conclusión de que no había las suficientes oportunidades de exhibición y distribución de cine hecho por mujeres.

Con dichos antecedentes, Fue London Women's Film Group el primer colectivo feminista que produjo y exhibió películas creadas solo por mujeres en 1971. Para 1972 se organizó el Primer Festival Internacional de Cine hecho por mujeres en Edimburgo y posteriormente el International Women's Film Festival en Nueva York. En general, durante la década de los 70's, emergieron muchas cooperativas de producción cinematográfica con enfoque feminista, que permitió a las mujeres compartir información sobre financiamiento y producción y que sus filmes tuvieran un mayor alcance en audiencia. Ejemplos de estas instituciones cinematográficas son New Day Films, London Women's Film Co-op, the Sheffield Film Co-op y Women Make Movies.

Tanto Frances Flaherty, Osa Jhonson y los mencionados colectivos son figuras que lograron distribuir su labor en torno al género a través del quehacer cinematográfico como productoras, promotoras, actrices y escritoras de las películas de sus esposos, en un momento en el que esto era algo completamente nuevo para las mujeres, por lo que su trabajo no obtuvo el reconocimiento que merecía.<sup>86</sup> Sus contribuciones no solo se realizaron en pantalla, sino también fuera de ella, al imaginario del cine americano en torno a conceptos como imperialismo, raza y género de principios del siglo XX.

Aunque fueron cineastas pioneras, seguían siendo blancas, casadas y de clase media, lo cual les daba una visión privilegiada que estuvo presente en sus formas de hacer cine, fueron parte de la hegemonía occidental.<sup>87</sup> En el desarrollo de los feminismos del siglo XX, la conexión entre género, clase, raza y sexualidad no se había hecho explícita. Era un feminismo que solo representaba a las mujeres blancas burguesas, cuando en la realidad no todas las

---

<sup>86</sup> Warren, Shilyn. *Subject to Reality. Women and Documentary Film*. University of Illinois Press. P. 44

<sup>87</sup> *Ibíd.* Op. Cit. 43. En este punto es importante mencionar que el feminismo abarcó una diversidad de posibilidades y no solo se centró en el feminismo blanco. Desde los inicios del movimiento feminista ha existido una resistencia a la inclusión a los feminismos dominantes, como por ejemplo de parte de las mujeres de color feministas. De acuerdo a Ella Shohat, profesora de estudios culturales en la Universidad de Nueva York, el multiculturalismo es una respuesta al Eurocentrismo del colonialismo occidental que permeó el conocimiento y la cultura en todo el mundo, pero no borró la existencia de otras realidades como las de las mujeres de color, asiáticas, indígenas y latinoamericanas. Para Shohat es de vital importancia tomar a un individuo, en este caso a una mujer, como sujeto social de estudio en el que converge una intersección de raza, género, clase social.



mujeres del mundo poseían las características de frágiles, relegadas a lo privado y subordinadas a ciertas posiciones, roles, deseos y estereotipos, que eran algunas de las opresiones contra las que luchaba el feminismo blanco.<sup>88</sup>

Como se mencionó, durante los primeros años de la década de los 70 en Estados Unidos, Canadá (National Film Board Canada) y Reino Unido se vio una gran actividad de cine documental femenino. Las dos temáticas que predominaron en ellos fue análisis de izquierda y filmes que tomaban una perspectiva muy individual de las experiencias de las mujeres. Se abordaron temas como identidad profesional de las mujeres, mujeres en el arte, la relación mujeres-trabajo en general y problemas/cuidado de la salud de las mujeres.

Otros temas de documental feminista de la década de los 70's fueron violación, examinación de la industria pornográfica, derechos sexuales y reproductivos y crítica de la representación de las mujeres en los medios de comunicación. Lo que se criticaba era que Hollywood, como fábrica de referentes, era una industria que producía imágenes y estereotipos de mujeres saturadas de una femineidad falsa, en lugar de mostrar mujeres reales. ¿Es mejor ver una película y soñar con ser o vivir lo que se ve en pantalla o verla y reconocerse e identificar su propia realidad en el filme? El cine feminista de la década de los 70 apostó por la segunda opción.<sup>89</sup>

En este pequeño recorrido histórico vemos que las mujeres documentalistas estaban comprometidas a hacer un cine que diera prioridad a hacer escuchar las voces de las mujeres, validarlas como individuos y poner atención a sus experiencias. La motivación de las cineastas tenía una base etnográfica. El deseo de encontrar y conocer al otro y, mediante esto, realizar una exploración del propio ser, fueron los impulsos que dieron forma a la mayoría de sus obras. La cámara resultó ser un objeto aliado, ya que sus fieles registros de la realidad poseían la validez y la objetividad que se le exige a la documentación de los hechos. El

---

<sup>88</sup> Lugones, María. *Multiculturalismo radical y feminismos de mujeres de color*. Bringhamton University. Disponible en línea en: [http://e-spacio.uned.es:8080/fedora/get/bibliuned:filopoli-2005-25-3C569DDF-C2D4-C870-87CB-C17FBEC5C5DD/multiculturalismo\\_radical.pdf](http://e-spacio.uned.es:8080/fedora/get/bibliuned:filopoli-2005-25-3C569DDF-C2D4-C870-87CB-C17FBEC5C5DD/multiculturalismo_radical.pdf)

<sup>89</sup> Castro Ricalde, Maricruz. *El feminismo y el cine realizado por mujeres en México*. Número 46 de la Revista Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Consultado el 14 de septiembre de 2021 en línea en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n46/mcastro.html>

conocimiento científico ha basado su rigurosidad en la idea de la objetividad/neutralidad con la que se aproxima a su objeto de estudio.

Sin embargo y de acuerdo a Donna Haraway, profesora de los departamentos de historia de la conciencia y estudios feministas de la Universidad de California, Santa Cruz, plantea en su obra *Simians, ciborgs and women, The reinvention of nature*, el concepto de “conocimiento situado”, que menciona que las versiones del mundo que se construyen en la investigación científica-social no son un discurso más, ni un relato fantástico ni un conocimiento de una realidad neutra, ya que al estar construido por investigadores, estamos hablando de individuos que darán forma a dicha investigación y a la producción de conocimiento con ideologías y políticas personales.<sup>90</sup>

Las mujeres documentalistas afirmaron que, a pesar de las diferencias, las mujeres estaban conectadas y relacionadas a través de sus historias. Ejemplo de esto es el trabajo de las antropólogas Zora Neale Hurston (1891-1960) y Margaret Mead (1901-1978) en el campo de la antropología y el documental, con sus innovadores usos de las tecnologías del cine y su interés y observación en las vivencias cotidianas de las mujeres, sin intentar cambiarlas. La primera experimentó con diversas disciplinas como etnografía tradicional y de ficción, música, cine (diferentes posiciones y movimientos de cámara) y teatro. Así, dejó ver su sensibilidad estética, al igual que su compromiso por mostrar las prácticas culturales y las voces afro-americanas con reflexividad y subjetividad.

Ambas realizaron una fuerte labor afectiva e intelectual detrás de cámaras en los documentales. Mead por su parte experimentó e innovó en fotografía y cine. Concluyó que eran un excelente medio para realizar etnografía visual, por su capacidad de interpretación de la vida de los sujetos filmados para sus proyectos antropológicos. Su obra afirmaba que la cultura determina el desarrollo y temperamento humano, al igual que sus relaciones con los roles sexuales como lo son las labores de cuidado y reproducción para las mujeres.

En sus investigaciones realizadas en Samoa y Bali, remarcó su postura de invertir la jerarquía entre las culturas primitivas y civilizadas, argumentando que éstas poseían formas

---

<sup>90</sup> Cruz, María Angélica; Reyes, María José y Cornejo, Marcela. *Conocimiento situado y el problema de la subjetividad del investigador*. Artículo publicado en la revista Cinta de Moebio de la Universidad de Chile. Disponible en línea en: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cmoebio/n45/art05.pdf>

de vida igual o más lógicas que Europa y América del Norte.<sup>91</sup> También estuvo involucrada en proyectos como la creación de la Society for the Anthropology of Visual Communication, del diario *Studies in Visual Communication* y los inicios del *reality show*. Hoy se sigue celebrando anualmente el festival de cine etnográfico en su nombre con sede en el Museo de Historia Natural.

Su trabajo es destacable porque fue el inicio del cambio en la percepción de una cultura de opresión histórica, colonialismo y esclavitud, a una donde las mujeres contribuían a la sociedad a la par que tenían la capacidad de disfrutarse a sí mismas. Los antecedentes mencionados muestran que las pioneras del cine femenino fueron fieles a las preocupaciones e ideales del movimiento. Tuvieron liderazgo detrás de cámaras para representar a otras mujeres frente a ella.

Lo aportado por estas cineastas trazó el camino para que, hacia las décadas de 1980 y 1990, se entendiera que el feminismo en el cine estaba permeado por una visión occidental que construía a la mujer del tercer mundo de una forma muy limitada. De esta manera, una tercera ola feminista comprendió que la identidad de género y los problemas que surgen de ella como el sexismo, se derivaban de una compleja intersección de raza, nacionalidad, clase, sexualidad y efectos del imperialismo.

Se optó por fragmentar esta visión unitaria del feminismo de manera que los posteriores análisis y discursos críticos feministas tomaran en cuenta y se especializaran de acuerdo a clase social, raza, orientación sexual, la deconstrucción del yo y la noción de verdad, entre otros aspectos importantes. Por esta razón, las mujeres cineastas de estas décadas se dedicaron a investigar historias de vida que habían sido afectadas y/o ignoradas por el feminismo dominante.

Hasta este punto, se ha abordado de manera breve la historia del feminismo y el cine en las naciones en las que surgió, como son Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Sin embargo, también se considera oportuno mencionar los inicios del quehacer cinematográfico femenino en México. Durante los años ochenta, hubo una gran producción cinematográfica de parte de las mujeres egresadas de las dos instituciones de educación superior en

---

<sup>91</sup> Warren, Shilyh. Op. Cit. 64

cinematografía del país; Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC), fundado en 1975 y Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC), hoy Escuela Nacional de Artes Cinematográficas (ENAC), fundado en 1963.<sup>92</sup> Antes de esta década, con algunas excepciones, el ámbito cinematográfico estaba reservado en su mayoría para los varones.

Directoras como Marcela Fernández Violante, Dana Rotberg, Marisa Sistach, María del Carmen de Lara, Alejandra Islas, María Novaro, Ester Morales, Busi Cortés, entre otras son figuras que realizaron grandes aportaciones a la cinematografía mexicana. En el cortodocumental *Pioneras*, dirigido por Katia Andrea Morales Gaitán, Fernández Violante (primera generación de 1963), Alejandra Islas (generación 1971), Maricarmen de Lara (generación de 1979) afirman que había pocas mujeres en el CUEC estudiando con ellas y que varias de ellas desertaron.

En este sentido, mencionan que tanto a profesores y compañeros se les dificultaba ver como iguales a sus compañeras, consideraban que su participación en el cine significaría mala suerte para las filmaciones si se involucraban en lo técnico, o que sus habilidades se limitaban a otras artes como la pintura.<sup>93</sup> Las primeras obras que produjeron estuvieron influenciadas por el cine latinoamericano y documentales militantes, como ejemplo *Iztacalco Campamento 2 de octubre* de Alejandra Islas y *No es por gusto* de María del Carmen de Lara, que se centró en derribar el estereotipo de las ficheras y mostró la realidad de las trabajadoras sexuales en la Ciudad de México.

Hacia 1975 y hasta 1986, surge el colectivo Cine Mujer fundado por Rosa Martha Fernández, Odile Herrenschmidt y Beatriz Mira. El grupo nace en el marco de la proclamación por la ONU del Año Internacional de la Mujer y de la necesidad de producir filmes que denunciaran la opresión de una ideología que imponía valores, conductas e incluso la apariencia que las mujeres debían tener para satisfacer una mirada heteropatriarcal. Cine Mujer es un espacio de cine hecho para las historias de lucha por los derechos en los contextos cotidianos femeninos, que habían sido ignorados hasta el momento.

---

<sup>92</sup> Castro Ricalde, Maricruz. *Op. Cit.*

<sup>93</sup> Dagoberto Márquez Haro (productor), Katia Andrea Morales Gaitán (directora). 2014. *Pioneras* (cinta cinematográfica). México. Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, Chicks on Films.

Este colectivo ofreció la posibilidad de capacitar a las mujeres en los procesos de producción cinematográfica. Con la reciente teoría cinematográfica feminista, los esfuerzos en abrir lugares e instituciones para que las mujeres recibieran formación profesional en cine y apoyo en cada etapa de sus primeras producciones, los filmes se convirtieron en un punto importante para el debate feminista. En estas piezas de arte se concentra la creación y difusión de la representación femenina en imágenes y también la posibilidad de analizar el comportamiento de la mujer como consumidora y espectadora de las mismas.<sup>94</sup>

El trabajo de dichas cineastas está influenciado por un pensamiento que cuestionaba su contexto histórico/político, relaciones interpersonales, así como el papel del patriarcado en estas estructuras. El feminismo encontró en el cine, además de la academia y el activismo, otro medio de expresión artístico con perspectiva social, que luchaba por igualdad y emancipación. De acuerdo a la cineasta Maricarmen de Lara, los documentales o ficciones que proponían esta generación de mujeres tenían como objetivo dar visibilidad a mujeres que fueran sujetos de sus propias historias y reflejar sus problemáticas.

Su trabajo exploró las formas en que las mujeres se estaban integrando a la sociedad; redefinición de la maternidad, el amor romántico, subjetividad femenina, jornadas laborales y su transición del espacio privado al público. Estas nuevas propuestas se hicieron en un entorno mayormente dominado por hombres, quienes las recibieron con cierta resistencia y objeciones. Estas reacciones eran de esperarse tanto en el gremio, como en el público que empezaba a consumir películas hechas por mujeres, ya que está acostumbrado a la forma de narrar y a la visión masculina.

Los temas, la imagen, el ritmo y el montaje son distintos a lo que estamos acostumbrados a ver, por lo tanto, es una ruptura a los hábitos de consumo cultural “normales”.<sup>95</sup> Las primeras cineastas de esta década rechazaron la tendencia de abordar los temas del cuerpo, apariencia y la sexualidad de la mujer, para empezar a pensar y representar el género como un concepto cultural y no únicamente biológico, aspecto que se consideraba la base de las

---

<sup>94</sup> Jiménez Camacho, Isabel. De cines y feminismos en América Latina: El colectivo Cine Mujer en México. (1975-1986). Tesis para obtener el título de Licenciada en Estudios Latinoamericanos. P. 31. Facultad de Filosofía y Letras UNAM. 2018. México

<sup>95</sup> Castro Ricalde, Maricruz. Op. Cit.

opresión entre hombres y mujeres. Se enfocaron en el contexto cultural/político/económico, como factor que influye en la forma en que se vive el género en una sociedad.

En un artículo de la profesora del Tecnológico de Monterrey, Maricruz Campos, ella hace la observación de que la teoría sobre el cine “femenino” corre el riesgo de ser esencialista al dar por hecho que, si el cine es hecho por mujeres, automáticamente es feminista. Sobre esta misma línea, el siguiente paso sería afirmar que hay un cine “masculino”, lo cual no tiene mucho sentido si tomamos en cuenta que, históricamente, la mayoría del cine lo es. El cine hecho por mujeres es por estos motivos subversivo, al menos en este momento de la historia.

Lo ideal sería que, en el futuro, no sea necesario identificarlo como tal, ya que hacerlo sigue dejando entender que la presencia de las mujeres en el cine es una anomalía. Asimismo, la expresión de cine hecho por mujeres nos remite a ciertos géneros como el drama o la comedia romántica, los cuales no siempre tienen la misma atención ni reconocimiento como otros géneros como thrillers, ciencia ficción, que comúnmente se asocian a directores y realizadores.

## **2.2 La música e industria musical representadas en el cine**

El cine, como medio audiovisual, se compone de imagen, sonido y música. El soundtrack (canciones existentes que forman parte de la película por medio de un acuerdo comercial entre sus creadores y los productores) y las composiciones musicales que se crean para la banda sonora de una película, son las formas en la que la imagen en movimiento se acompaña de la música. De esta manera estamos hablando de música diegética e intradiegética. La primera pertenece al universo creado para la película, mientras que la segunda se añade como recurso narrativo con una función expresiva. Entre ambas también hay una relación que hasta la fecha no se ha explorado ni investigado lo suficiente.

Sin embargo, ¿qué pasa cuando la música es más que un elemento en la forma del filme y se vuelve el tema principal que se aborda en él? En distintas películas se ha tratado este tema desde distintos enfoques. De acuerdo a la profesora Estella Tincknell en estudios cinematográficos, de medios y cultura en la UWE Bristol y al profesor Ian Conrich de la Universidad de Viena en cultura material y visual, hay tres formas con las que un texto cinematográfico se puede relacionar con la música, a saber: el performance musical, el uso

de la música dentro de una película y los musicales.<sup>96</sup> El performance musical se refiere a *momentos musicales*, que muestran en pantalla escenas de canto, baile, bandas u orquestas.

El género representativo es el musical con propiedades formales e importancia cultural que surgió a finales de la década de 1920 y tuvo un apogeo del cual se ha hecho investigación en Estados Unidos en el periodo de 1930 a 1950. Hubo más trabajo académico en torno a este género durante las décadas de 1970 y 1980, ya que fue en esta etapa en la que alcanzó más popularidad. Los primeros musicales que se crearon junto con el nacimiento del cine sonoro a finales de la década de 1920, fue *The Jazz Singer* (1927) y *Broadway Melody de MGM* (1929), las cuales establecieron las convenciones narrativas y de uso de sonido musical que se mantuvieron centrales en las prácticas de producción del género. Por su parte, *Singing in the rain* (1952), se considera el mejor musical de la historia.<sup>97</sup>

El uso de sonido en las películas y la tecnología para lograrlo fueron factores que contribuyeron a que los cinco estudios principales de Hollywood (Paramount, Warner, MGM, RKO y Fox) lograran el control económico de la industria al tener el dominio de la producción, distribución y exhibición del cine estadounidense. Sus productores encontraron talento enfrente y detrás de la cámara de otras industrias del entretenimiento (como el radio y teatro) que aportaron ideas para las tramas, canciones, coreografías, traducidas al lenguaje cinematográfico. Como toda industria, su quehacer no estaba completamente motivado por el deseo artístico, sino que se trataba de producir largos, cortometrajes, noticieros y caricaturas para llenar sus salas de cine. Con ciertos valores de producción, estilos de filmación consistentes, la presencia de ciertas estrellas, el musical fue uno de los productos más rentables y confiables de la industria.

En palabras del profesor de historia del cine en la Universidad de Illinois, Chicago, Martin Rubin, el musical es un filme que se caracteriza por contener una porción significativa de números musicales que son, desde el punto de vista del discurso realista de la narrativa, imposibles. Son interpretados y filmados desde una perspectiva que no concuerda con la diégesis real/ficticia. Estos escenarios también pueden incluir coreografía, representación de

---

<sup>96</sup> Tincknell, Estella y Conrich, Ian. *Film's musical moments. Music and the moving image series*. Edinburgh University Press. 2006. P. 2

<sup>97</sup> Cohan, Steven. *Hollywood Musicals, The Film Reader*. Routledge. Taylor and Francis Group. London and New York. 2002. P.2

audiencias y otros elementos que construyen un mundo ficticio dentro del ya universo ficticio de una película.<sup>98</sup> Más que solo ser espectáculo, el musical es un género que establece una relación dialéctica con los códigos narrativos del realismo cinematográfico para interrumpirlos, intensificarlos o modificarlos.

El género se caracterizó por hacer un uso afectivo del número musical en el texto fílmico, para generar una respuesta emocional en el público.<sup>99</sup> El musical clásico contaba con números musicales sueltos como espectáculos aislados dentro del filme con el propósito de ser un entretenimiento. Se basaba en oposiciones que generaban tensiones, las cuales se resolvían mediante la interpretación musical.<sup>100</sup> De igual forma, se les atribuía la naturaleza de ser “vehículos para las estrellas”, ya que eran a éstas a las que debían su popularidad y sobre las cuales se construía la historia.<sup>101</sup> Por sus características, el género fue devaluado y marginalizado por los estudios cinematográfico. Fue acusado de proclamar el entretenimiento como cultura y por apoyarse principalmente en los excesos de la cultura popular y por inclinarse a buscar una audiencia femenina.

Otra crítica que recibió fue de ser sexista; el musical se basaba en presentar a estrellas femeninas y los intereses femeninos más comunes como la moda. Con una percepción peyorativa de la cultura popular (a la que se consideraba que pertenecían los musicales), se afirmó que las mujeres eran más afines a ella, mientras que la alta cultura estaba reservada para los varones. Se criticó también el uso de tramas trilladas, cursis y exageradamente “puras” que se reciclaban de un filme a otro. El musical fue conocido por mostrar una construcción poco profunda de personajes, por resolver el conflicto mediante una historia de amor central, por presentar exageradamente las diferencias de género y las excesivas producciones de los números musicales que rompían con el realismo del cine.<sup>102</sup>

Fueron catalogados como productos comerciales para atraer una audiencia en masa, mediante la reproducción de los valores de la cultura popular como las narrativas

---

<sup>98</sup> Cohan, Steven. *Hollywood Musicals, The Film Reader*. Routledge. Op. Cit. P.4

<sup>99</sup> Tincknell, Stella. *The soundtrack movie, nostalgia and consumption*. En *Film's musical moments. Music and the moving image series*. Op. Cit. 133

<sup>100</sup> *Ibíd.* P. 148

<sup>101</sup> Cohan, Steven. *Hollywood Musicals, The Film Reader*. Routledge. Op. Cit. P.13

<sup>102</sup> Haworth, Catherine. *Star quality? Song, celebrity and the jukebox musical in Mamma Mia!* En *Contemporary Musical Film*. Music and the moving image series. Edinburgh University Press. 2017. P. 107



heterosexuales románticas, la fetichización y exhibición del cuerpo femenino en los números de espectáculo, la marginalización y blanqueamiento de la música de otras razas, entre otros.<sup>103</sup> El musical clásico se apoyaba principalmente en el espectáculo y en éste se representaban las diferencias de género. En los números musicales se mostraba al hombre como espectador, director o compositor mientras que la mujer y su cuerpo eran las partes principales del show, mediante los movimientos de cámara y atuendos extravagantes.

Sin embargo, sería simplista decir que el musical solo reprodujo una ideología patriarcal que subordina a la mujer a la mirada masculina. Patricia Mellencamp, profesora de cine y medios en la Universidad de Wisconsin, en un análisis realizado al musical *Gold Diggers* (1933), utiliza términos económicos, en el que la heterosexualidad se equipara con el intercambio de capital y tecnología. En él, explora el género en relación al episodio histórico de la Depresión de 1929, la heteronorma de formar parejas y familias, pero también destaca los lazos entre personas del mismo sexo; la amistad entre mujeres. Plantea que las diferencias sexuales en los musicales configuran otras diferencias y políticas de género derivadas de la tensión entre los números de espectáculo y la narrativa, afirmando que en este caso particular, los números tienden a reproducir la ideología convencional, mientras que la narrativa la cuestiona.<sup>104</sup>

En otro texto realizado por Lucie Arbuthnot, profesora en la Universidad de Minnesota Duluth y Gail Seneca, experta en crítica de cine feminista, sobre la película *Gentlemen prefer blondes* (1953), afirman que el feminismo nos ha dado una visión consciente de la misoginia en el arte; música, teatro, cine, presente en patrones de cosificación, aversión, desconfianza e incluso odio hacia a la mujer. Sin embargo, esta crítica se ha convertido en una alienación que en algunas ocasiones no nos permite dar otras lecturas a textos cinematográficos que podrían ofrecer algo más.

A pesar de que, *Gentlemen prefer blondes* es un filme que posee los elementos para ser catalogado como reproductor de la ideología dominante que proporciona placer masculino, las autoras plantean que es posible encontrar placeres feministas en este tipo de películas.

---

<sup>103</sup> Cohan, Steven. *Hollywood Musicals, The Film Reader*. Routledge. Op. Cit. 15

<sup>104</sup> Mellencamp, Patricia. *Sexual Economics. Gold Diggers 1933*. En *Hollywood Musicals, The Film Reader*. Routledge. Op. Cit. 63

Existe un tipo de películas feministas que explícitamente colocan lo más lejos posible a las mujeres de la objetivización de la mirada masculina. Sin embargo, hay otras historias enfocadas en mujeres que construyen y atesoran profundas conexiones entre ellas mismas, como pasa con la amistad entre los personajes de Marilyn Monroe y Jane Russell.

Esta película señala, bajo la superficie de la historia de búsqueda de un romance heterosexual, una perspectiva feminista que celebra el goce que las mujeres encuentran en ellas mismas y sus relaciones. Las protagonistas dan prioridad a su amistad, la cual está libre de competitividad y envidia. Mediante su lenguaje corporal, apropiación de los espacios y acciones demuestran que son sujetos en lugar de ser objetos. Si construyen relaciones con los hombres, es porque ellas lo inician y lo deciden.<sup>105</sup>

Otros recursos audiovisuales que invitan a la identificación en lugar de la objetivización de la mujer son el uso de la luz, movimientos de cámara y planos que muestran hombros y rostros de las protagonistas para destacar su personalidad sobre su cuerpo. En este artículo se plantean los conceptos de pre-texto y texto. El pre-texto es la narrativa apegada a la ideología dominante, que en este caso es el patriarcado y heteronorma. El texto se refiere a las narrativas debajo de la superficie de los textos fílmicos, las cuales pueden ofrecer segundas o terceras lecturas que resisten las ideas del primero.

Aunque en esta película se sabe que el objetivo de las protagonistas es encontrar marido, se demuestra, por medio de palabras, miradas, acciones e incluso el tacto, que estos vínculos jamás serán tan valorados como el que comparten ambas. Se cuestionan también los patrones del musical que dictan que un número musical se compone de una mujer y un hombre que cantan, bailan y se involucran románticamente. En este caso, es una pareja de mujeres quienes comparten esa energía.

En *Hollywood Musicals, The Film Reader*, Steven Cohan, profesor de estudios de género, cinematográficos y cultura popular en la Universidad de Siracusa, describe a los musicales de 1930 a 1950, como un entretenimiento lujoso y sano, pero que, para las audiencias contemporáneas, solo posee un valor nostálgico de una época pasada. Se ha demostrado que

---

<sup>105</sup> Arbuthnot, Lucia y Seneca, Gail. *Pre-Text and Text in Gentlemen Prefer Blondes*. En *Hollywood Musicals, The Film Reader*. Routledge. Op. Cit. 80

para las audiencias actuales el tipo de musical que es aceptado y bien recibido por la audiencia es el animado, por la estructura de fantasía de facto en la que se basa.<sup>106</sup>

El musical puede ser visto como un ritual, celebración de creencias y valores compartidos. Ya que reproduce códigos definidos en su construcción de significado, proporciona seguridad; el público sabe qué esperar, por lo que ver un musical reafirma el lugar que este tipo de entretenimiento tiene en la psique de su público. Tanto en la cultura fílmica como en el imaginario popular, los musicales autoreflexivos son ejemplos de textos que constituyen una de las mejores representaciones del producto hollywoodense.<sup>107</sup>

Para ahondar en este punto, el género musical no fue tomado tan en serio porque se identificó como mero entretenimiento (lo cual se relaciona con el placer que se experimenta al consumir una película o producto cultural) y que no poseía profundidad ni relevancia social. El musical se estudia entonces desde tres enfoques que se vinculan entre sí; su papel como entretenimiento de la cultura popular, el placer que experimenta el público espectador que lo consume y las fuerzas culturales al interior y exterior a la industria fílmica en las que se desenvuelve y a las que debe su desarrollo.

No obstante, se critica que no existen muchos estudios realizados al género, o que los estudios se han ocupado solamente de las diferencias formales entre la imagen en movimiento y la música, sus propiedades espaciales y físicas y sus modos de recepción. Los musicales y la música en el cine se mantienen como un terreno poco explorado, de las cuales apenas se empiezan a tomar en cuenta las influencias económicas, tecnológicas y culturales que dan forma a un performance musical y su recepción en el público.”<sup>108</sup> Aun así, es una realidad que la música contemporánea está íntimamente relacionada con las industrias fílmicas.

Hollywood, como el imperio de producción audiovisual y los creadores del modelo del musical del periodo clásico, tiene una gran incidencia en la industria musical a través de la promoción cruzada que hace de ciertos artistas, canciones, partituras y melodías empezando

---

<sup>106</sup> Cohan, Steven. *Hollywood Musicals, The Film Reader*. Routledge. Op. Cit. 1

<sup>107</sup> Feuer, Jane. En *The Self-reflective Musical and The Myth of Entertainment*. En *Hollywood Musicals, The Film Reader*. P. 39

<sup>108</sup> Tincknell, Estella y Conrich, Ian. Op. Cit. 3

en 1930, con los musicales de las “grandes bandas”. Desde esa década se comprobó que las pocas canciones utilizadas en musicales estaban destinadas a ser un éxito.

Iniciando a mediados de 1960 y consolidándose hacia la década de 1980, las estructuras globalizadas que compartían ambas industrias se potencializó con el uso de *soundtracks* en películas, propiedad de ciertos intérpretes, bajo contrato y con estrellas musicales protagonizando largometrajes. Las escenas de *performance* en los musicales fueron sustituidas por canciones pop previamente publicadas, lo cual generó un cambio en los aspectos formales, producción filmica, construcción y recepción de la audiencia. El *soundtrack* de un filme no solo tuvo la función de musicalizarlo, sino que se convirtió en un elemento clave de recepción y *marketing* del mismo.<sup>109</sup> El *soundtrack* cambió las maneras de hacer musicales al integrarse a un filme no solo en forma de espectáculo sino de narrativa y como productor de significado.

El uso de un tema musical o varios de ellos para ser asociados con una película, es una práctica común en los creadores cinematográficos. Promocionar un filme y una pieza musical es un proceso que va de la mano e involucra factores económicos y culturales. Hacia finales de la década de los 90, el trabajo académico sobre la música en las películas se empezó a abordar desde perspectivas multidisciplinares en trabajos como *Musicals: Hollywood and Beyond* de Bill Marshall y Robynn Stillwell, *Movie Music: The Film Reader* de Kay Dickinson, *Popular Music on Screen* de John Mundy, *Film Music* de K. J. Donnelly, *Popular Music and Film* de Ian Inglis, todos publicados de 1998 a 2003.

En estos estudios, se hizo un nuevo tipo de análisis de la música y las canciones utilizadas en películas que no podían ser ubicadas en el género de musical. Los momentos musicales en este caso son un elemento disruptivo que rompe la continuidad en la narrativa porque usan otro tipo de edición y montaje. También fungen como un texto con doble articulación en el que un momento musical de canto y baile no es solamente un espectáculo, sino que muestra significados de la trama o los personajes. Se vuelven un elemento clave en la narrativa.

Una canción puede encapsular el universo de una determinada película. De esta manera funciona la promoción cruzada de filme/banda sonora, ya que el público identificará a una

---

<sup>109</sup> Tincknell, Stella. *The soundtrack movie, nostalgia and consumption*. Op. Cit. 133

por su relación con la otra. Esto sucede con canciones como *You're the one that I want* de la película *Grease*, *My heart will go on* de la película *Titanic* o la canción *Glasgow* de Jessie Buckley de la película *Wild Rose*, filme que se analizará en el siguiente apartado del presente capítulo.

A pesar de que se ha dicho que el musical fue considerado como entretenimiento que empezó en Hollywood del periodo clásico, en el estudio que realizaron Tincknell y Conrich se señala una mayor riqueza del género al sacar su estudio fuera de la dominancia norteamericana e investigarlo desde distintos enfoques y otros marcos nacionales, como los musicales producidos en Europa. Como se ha mencionado, una película y en este caso un musical, no es simplemente un género aislado con diferentes estilos de filmación y que usa actuaciones de estrellas, sino que se relaciona con la historia, contexto y por lo tanto tiene un impacto cultural.

En los diversos estudios académicos hechos sobre el género, se apuesta por la idea de que el musical como género que combina espectáculo e historia también funciona como representación cultural con propiedades ideológicas e históricas. Por mencionar uno de ellos, está la relación entre el género y la cultura que lo observaba como una forma de escape de la realidad.<sup>110</sup> El musical como entretenimiento presenta algo que deseamos. Las utopías están hechas de sueños, alternativas, esperanzas y deseos. El musical y los productos de entretenimiento en general no presentan la organización y estructura de modelos utópicos, sino cómo se sentirían éstos. Se fundamentan en un código afectivo que pertenece a un modo específico de producción cultural.

Aunque el musical fue mayormente hecho por las grandes industrias creativas, adscritas al sistema capitalista-patriarcal, en el interior de la producción de entretenimiento popular, los grupos subordinados socialmente como mujeres, gente de color y homosexuales también han tenido participación en su definición y desarrollo. Las industrias del entretenimiento no sólo les dan a sus audiencias lo que quieren ver/oír, sino que también son ellas mismas las que dictan qué ver, qué escuchar y qué desear. Es en éstas complejidades en las que radica mayormente la razón por la que el género ha sobrevivido.<sup>111</sup>

---

<sup>110</sup> Tincknell, Estella y Conrich, Ian. Op. Cit. 6

<sup>111</sup> Dyer, Richard. *Entertainment and Utopia en Hollywood Musicals, The Film Reader*. Routledge. Op. Cit. 20

Así, en la segunda mitad del siglo XX, la alianza entre la televisión, el cine y las industrias musicales populares buscó promover, explotar y mantener a toda costa el atractivo de algunas estrellas. Con este nuevo vínculo entre industrias también se buscó recuperar la audiencia adolescente que había estado rechazando los productos del Hollywood de 1950. El origen de compañías productoras independientes tanto en la industria cinematográfica como en la discográfica de igual forma fungió como factor para la recuperación de este segmento de mercado.

Hasta este momento, en este apartado se ha hecho un breve recorrido histórico y análisis de la música usada en cine y la relación industria musical-cinematográfica. Sin embargo, hay otra manera en que la industria musical se relaciona con el séptimo arte. Esta industria, como sistema en el que intervienen distintos agentes, desde el creador/artista hasta la promoción, difusión y consumo de piezas musicales, ha sido también representada en algunas películas y documentales, con el objetivo de mostrar cómo funcionan estas redes de trabajo.

De acuerdo a John Mundy en su contribución al libro *Film's Musical Moments*, titulado *Television, The Pop Industry and The Hollywood Musical*, este tipo de películas buscó “ilustrar la manera en que el éxito en la promoción de algunos productos culturales en una variedad de medios depende de complejas negociaciones no solo con fuerzas ideológicas e institucionales, sino con ambiciones, intereses y alianzas de individuos determinados y oportunistas dentro de las organizaciones de medios.”<sup>112</sup> No obstante, se critica que aunque se esperaría que el cine y la televisión tuvieran transparencia para mostrar esto, no sucede así.

En la intención de hacer visible, mucho queda invisible. Dado que el cine es un ejercicio de interpretación subjetiva, los creadores deciden qué elementos conformaran una escena, el encuadre, los diálogos. Una película muestra la parte de realidad de acuerdo al punto de vista de sus creadores. El resultado final está sujeto a la dirección de significado que los creadores le otorguen. Con lo que muestra en pantalla, un cineasta puede promover la información o la ignorancia de su audiencia.

---

<sup>112</sup>Mundy, John. *En Film's Musical Moments*. Op. Cit. 43

En un estudio analizó cuatro películas sobre el *twist*, un baile de ritmo rápido que nació y se hizo popular a principios de la década de 1960. Los cuatro filmes narran historias de distintos actores de la industria musical que se relacionaron con este ritmo, como agentes, ejecutivos de televisión, productores de espectáculos, líderes de bandas, aficionados a los salones de baile y organizadores *amateurs* de festivales de jazz, para intentar mostrar una perspectiva autorreflexiva de lo que es desenvolverse en el mundo del espectáculo.

Sin embargo, fallaron en ofrecer un retrato honesto de cómo es el negocio detrás del producto. En la cuestión del mundo musical y el espectáculo que conlleva, el público solo escucha una canción terminada, asiste y disfruta un concierto, ve la interpretación de una banda en televisión, pero no es enteramente consciente de que esto es resultado de un complejo e interdependiente proceso de producción y consumo cultural que se mantiene oculto a la vista de la mayoría de las personas.

No es suficiente decir que la producción y el consumo de cultural popular están mayormente impulsados por los intereses comerciales dominantes en la industria del entretenimiento, lo cual significaría ignorar las maneras intrincadas en las que el negocio del entretenimiento funciona. En el estudio realizado por Mundy se plantea que en la producción y consumo de cultura popular no se reconoce el poder de las contribuciones individuales dentro y entre actividades y organizaciones. La capacidad de las alianzas y sinergias comerciales hechas entre el radio, la televisión y las industrias de música popular también fueron fortalecidas por medio de la explotación de posiciones individuales de poder dentro de organizaciones de medios influyentes.

Esta falta de visibilidad también ha incrementado a medida que nos adentramos a la era de la información, comunicación y entretenimiento basado en la web, lo cual no permite mucha profundidad en el intento de entender más a la industria. Otro punto relevante es que el público que consume producciones cinematográficas o de televisión musicales, performances de bandas y artistas lo hacen por mera afinidad y gusto. Permiten tramas de ligera autoreflexión porque que no buscan respuestas o conocimiento sobre las formas en que opera la industria del entretenimiento.

A diferencia de la falta de profundidad en las narrativas de las películas musicales y sobre la industria musical que crítica Mundy, los filmes que se seleccionaron para analizar en el

presente trabajo sí arrojan información sobre la industria y en este caso, a las aportaciones femeninas dentro de ellas. Se critica que los filmes realizados durante la segunda mitad del siglo XX cuentan una historia débil, en contraste con las asombrosas actuaciones musicales que ocurren en ella. Este tipo de películas, tal como Mundy apunta, se comparan a los videoclips, en el sentido de que su función primordial se orienta a lo económico.<sup>113</sup>

Como se ha mencionado, la música, los artistas, los conciertos no solo se escuchan, sino que se investigan y tienen una historia detrás, la cual puede contarse de manera audiovisual, mayormente en formato de documental o *biopic*, aunque algunos musicales abordaron este tema en sus tramas. Desde el primer musical con sonido sincronizado, *The Jazz Singer*, 1927, el boom de las películas sonoras que estuvo hasta 1930 y los primeros musicales tomaron como temas centrales el negocio y el mundo del entretenimiento en general.

Algunos musicales de la década de los 30's, tomaron una estrategia de narrativa del “detrás de cámaras” del musical, con una trama que contaba el progreso en la maduración del show con secuencias de ensayos, interludios musicales y a la par, de los romances bajo el escenario, hasta la culminación del show. Esto dio a los musicales un carácter un poco más realista con el que la audiencia conectó bien. Para la profesora estadounidense de estudios cinematográficos, Jane Feuer este es un rumbo más autorreflexivo y crítico que tomaron ciertos musicales.<sup>114</sup> Con el análisis a tres musicales de finales de los 40 e inicios de los 50, la autora afirma que podrían actuar como “disculpas” por el musical y una forma de mitificación de la industria musical a través de una relación entre los números de interpretación musical y las audiencias.

Con el término “mitificar” se plantea que, en los musicales, al entretenimiento se le da un valor más grande a través de un patrón de combinación y repetición. Los engaños que la audiencia consume por su voluntad en los musicales, los hace productos ideológicos. El mito, no únicamente como “relato no verdadero”, construye un “aura” alrededor de esta industria

---

<sup>113</sup> Mundy, John. Op. Cit. 54

<sup>114</sup> Cohan, Steven. *Hollywood Musicals, The Film Reader*. Routledge. Op. Cit. 31



del entretenimiento, que se compone de imágenes y símbolos con una potencia mágica, explicación y orden a ciertos procesos psíquicos de un grupo social.<sup>115</sup>

Paradójicamente, el mito del entretenimiento puede tener la función de desmitificar y a la vez remitificar el entretenimiento popular en los musicales. Por un lado, derrumba el “misterio”, al demostrar lo que sucede detrás de la producción de entretenimiento y por otro, destruir el “aura” y la ilusión sería prácticamente romper con la naturaleza del musical que prioriza el show y entretenimiento. Solo los números e interpretaciones fallidas o sin éxito son las que pueden ser desmitificadoras. El mito desde el cual se puede estudiar el entretenimiento se puede dividir en tres enfoques: mito de la espontaneidad, integración y audiencia.

El primero afirma que, aunque el musical es el género que más intenta brindar la ilusión de que todo sucede naturalmente, es el que más requiere de coordinación y planeación previa. El mito de la integración dicta que los números musicales exitosos en un musical van de la mano con la integración a una comunidad o grupo, la mezcla de alto arte con cultura popular o el éxito con el amor. Con la integración se pretendía superar la idea de que el musical era un arte creado por una pequeña élite dirigido a un público masa y consumidor. El mito de la audiencia afirma que los performances exitosos son aquellos en los que el intérprete hace sentir a la audiencia como parte del número y es sensible a sus necesidades. Ambos hacen un intento de mediar la contradicción entre los números/interpretaciones en vivo en el teatro con las formas cinematográficas que aparentemente son más “frías”, pero que poseen la misma relación activa con su audiencia.<sup>116</sup>

Respecto al biopic, se define como un género cinematográfico que se enfoca en resaltar la biografía de una persona o personas influyentes, famosas o queridas en cierto ámbito o profesión. Presentan un punto de unión de géneros: documental (historias reales de vida) y musical, porque sigue usando el poderoso momento musical de la interpretación diegética. De acuerdo al profesor Bruce Babington, cuya investigación se centra en la televisión y el cine británico, de Hollywood y Nueva Zelanda, el biopic es la forma sobreviviente más

---

<sup>115</sup> Feuer, Jane. En *The Self-reflective Musical and The Myth of Entertainment*. En *Hollywood Musicals, The Film Reader*. P. 33

<sup>116</sup> Feuer, Jane. En *The Self-reflective Musical and The Myth of Entertainment*. Op. Cit. 38

persistente del género musical.<sup>117</sup> Sobrevivió porque, a finales del siglo XX, la alianza entre industrias musical y cinematográfica demostró su capacidad de potencializar el éxito de un artista.

En sus inicios, narraba relatos de vida de compositores e intérpretes de música popular tradicional de los Estados Unidos. Después, comenzaron a interesarse y a ampliar su rango de representación de historias musicales en la pantalla, como son el Jazz, con el ejemplo de *Lady sings the blues*, dirigida por Sidney J. Furie, película que cuenta la historia de la cantante Billie Holiday; desde sus inicios en un ambiente hostil y de condiciones socioeconómicas adversas que la afectaron por motivos de género y raciales, sus adicciones hasta su fama como artista.

En la música country, se encuentra el ejemplo de *Sweet Dreams* (1985), dirigida por Karel Reisz, que cuenta la historia de la cantante Patsy Cline, quien se divorció para seguir su sueño musical, el cual vive brevemente por problemas en sus próximas relaciones y una muerte prematura. También tenemos el ejemplo del Rock, como sucedió con “*The Doors*” (1992), musical/drama dirigido por Oliver Stone. Esta película se centra en el viaje interior del personaje de Jim Morrison, como un símbolo de talento, excesos, interés por temas oscuros y como un representante de los 60’s, época que luchaba por los ideales de hermandad y libertad.

El dominio de la música popular centrada en Broadway empezó a debilitarse y se demostraron otros estilos musicales también presentes en la escena, a los cuales les faltaba reconocimiento. Otros puntos que favorecían al *biopic* musical fueron su atractivo ideológico que defendía la individualidad de la cultura occidental, su realismo logrado gracias a presupuestos más bajos a diferencia del musical clásico de los 60’s y de los musicales a gran escala de 1970.

Para la década de los 90’s el *biopic* musical había emigrado a la televisión, ya que en esta plataforma tuvo un mayor éxito. Este público manifestó mayor interés hacia las historias de gente normal que logra saltar a la fama en lugar de ver a los artistas en su papel de celebridades. Algunos *biopics* musicales sobre la vida de artistas como la bailarina, cantante

---

<sup>117</sup> Babington, Bruce. *7 Star personae and authenticity in the country music biopic*. En *Film’s Musical Moments*. Op. Cit. P. 84

y activista por los derechos de las personas negras, Josephine Baker, biopic dirigido por Brian Gibson y el documental estadounidense que se transmitió en la cadena de televisión HBO sobre el cantante y actor estadounidense Frank Sinatra, gozaron de una buena recepción. Se basaron más en una estructura de hagiografía, nombre dado a las biografías de los santos o en las que se ensalza la figura de la persona en cuestión.<sup>118</sup>

Los *biopic* de música country, subgénero que emergió a finales de 1964, fueron populares porque el público afirmaba que este tipo de música era el único que mantenía autenticidad y sinceridad por el carácter no sofisticado de los intérpretes que compartían información vulnerable con su audiencia. La música country en sí, es una una autobiografía.<sup>119</sup> En palabras de Rick Altman, este tipo de musical apuesta por darle a la memoria un lugar central que proyecta a las audiencias a una versión mitificada y glorificada de una cultura pasada.<sup>120</sup> De igual forma no buscaba el triunfo individual, sino que apostaban por un sentido de comunidad, en el que los demás miembros de la banda gozaran protagonismo.

El *biopic* de música country se enfocaba en la pobreza y angustia rural, la incapacidad del artista para lidiar con la fama y el éxito, entre otros factores. Esto contribuyó a destruir la mitificación del género, mediante historias más reales y dramáticas de la industria de la musical popular. Los *biopic* de música country emergieron en el periodo en que el cine y la televisión prestaban atención a historias de mujeres. La música country fue un género adoptado mayormente por cantantes mujeres y por ende los *biopic* estaban protagonizados por ellas. Estos filmes no solo mostraban las trayectorias musicales de las artistas; también las relaciones madre-hija y el equilibrio de la carrera profesional con la maternidad.<sup>121</sup> Los *biopic* musicales mostraban las relaciones entre el arte y la vida, pero más aun los de música country.

La narrativa de este tipo de *biopics*, en su mayoría, fue conservadora, a pesar del feminismo incipiente que se dejó ver en algunos como *Big dreams & broken hearts*, sobre la

---

<sup>118</sup> Sitio web de la Real Academia Española. Diccionario de la lengua española. Significado de hagiografía. Disponible en línea en: <https://dle.rae.es/hagiograf%C3%ADa> Consultado el 13 de octubre de 2021.

<sup>119</sup> Babington, Bruce. *7 Star personae and authenticity in the country music biopic*. En *Film's Musical Moments*. Op. Cit. P. 93

<sup>120</sup> Baschiera, Stefano. *O brother, where art thou? The Coen Brothers and the musical genre contamination*. En *Contemporary Musical Film*. Op. Cit. 150

<sup>121</sup> *Ibíd.* P. 86

cantante Dottie West y *Coal Miner's Daughter* sobre la cantante Loretta Lynn. El contexto no tan favorable de las artistas de música *country* contribuyó a la sinceridad y emotividad con que interpretaban canciones que narraban episodios de vida propios. Esto parecía imposible para la música popular de la industria, que, a pesar de estar basada en la música como expresión artística, su orientación estaba dirigida a la mercantilización del entretenimiento.

Los ejemplos de *biopic* de música *country* analizados por Bruce Babington señalan que este tipo de filmes (y no nada más sucede con los enfocados a la música *country*) caen en una dramatización de la representación de la industria discográfica, la cual, como parte del proceso de mercantilización de las obras musicales, obliga a que los estilos musicales de los artistas se modifiquen para adecuarse a los gustos de la audiencia de masas. La autenticidad y sinceridad son afectadas por estas narrativas de éxito que la industria exige.<sup>122</sup>

Un ejemplo de esto se encuentra en el análisis que Jonathan Rayner, profesor de estudios cinematográficos en la Universidad de Sheffield realizó sobre *ABBA: The Movie*, musical-musical de 1977 que sigue la gira del grupo sueco en Australia, desde la perspectiva de un periodista-locutor. Con una mezcla de material de archivo documental, videoclip de pop y ficción, el filme rinde tributo a ABBA, pero también es una denuncia a la comercialización de los productos culturales que hacen los medios, la construcción del estrellato y el consumo de música popular. La película está conformada por imágenes de conciertos de la gira a la par que muestra la enorme venta de mercancía de la banda, ensayos, conferencias de prensa, entre otros momentos.

Denuncia que una banda o artista pueden convertirse en títeres de una industria que no respeta su privacidad y los somete a ocupados horarios de sesiones de fotos, conferencias de prensa y entrevistas. Dicho estrés sirvió de inspiración para su obra próxima en la que los artistas escribieron con sinceridad sobre lo que estaban viviendo. Esto fortaleció el vínculo con la audiencia. En cuanto a la música, ésta adquiere un papel más allá de ambientación o de documento de concierto, es narrativa al hacer paralelismos con las canciones de ABBA y lo que va sucediendo en escena y con el periodista-locutor.

---

<sup>122</sup> Babington, Bruce. *7 Star personae and authenticity in the country music biopic*. En *Film's Musical Moments*. Op. Cit. P. 87

Esto brinda al público una sensación de cercanía por la ruptura entre persona pública y privada. Aunque la realidad paradójica es que esta “ilusión de persona real más allá del personaje mediático” es un factor esencial en la construcción de la imagen de una estrella; sin llegar a ser demasiado personal, pero tampoco demasiado evasiva. Este tipo de documentales musicales muestran a los artistas como estrellas comercializadas por intereses personales y de una industria que los moldea para ser consumidos por un determinado público, pero también como músicos con motivos sensibles y personales para crear arte.<sup>123</sup>

Otro ejemplo contemporáneo de esto lo vemos en la película “A Star is Born” (2018), la cuarta versión hecha de la película original que data de 1937. En este filme, la protagonista Ally posee un don natural para la composición y una hermosa voz. Por su contexto socio-económico, su talento solo es apreciado en bares y recintos locales. Esta situación cambia cuando conoce a Jackson Maine, un experimentado y reconocido músico que la ayuda a entrar a la industria y alcanzar el estrellato.

Mientras esto sucede, los agentes, organizadores de conciertos, festivales y publicistas de los sellos discográficos modifican la imagen, música y letras de Ally para hacerlas más comerciales. Al mismo tiempo, la carrera y vida de Jackson se derrumba y a pesar de haber sido un gran artista, a la industria no le importa el estado de deterioro en el que se encuentra y busca alejarlo de Ally para que no interfiera con su prometedora carrera. Por otro lado, la imagen de Ally en general es explotada por la industria. Cuando la apariencia de las artistas deja de satisfacer los estándares de belleza, al menos en la industria de música popular, pierden mucho valor como artistas, sin importar el talento que posean.

Una cualidad respecto al tema de las mujeres específicamente en el *country* y en otros géneros musicales como el rock que también se convirtió en una herramienta social de denuncia, es que las intérpretes buscan salir de sus contextos de pocas oportunidades para buscar el éxito, pero al mismo tiempo usan estas anécdotas de autoconsciencia en sus composiciones. Por un lado, se busca escapar de ciertas realidades, pero al mismo son éstas las que les permiten crear material artístico.

---

<sup>123</sup> Rayner, Jonathan. *Stardom, reception and The Abba Musical*. Op. Cit. 100

Para terminar con este apartado, se abordará el tema del musical contemporáneo. ¿Qué pasa en el siglo XXI con los filmes musicales como lugares claves donde la música y el cine se unen? El musical es algo más que la suma de la estética musical (sonido) y la estética cinematográfica (imagen), es el resultado un punto de tensión entre la narrativa/número musical y profesionalismo/ inesperienza. Estas características le dan la cualidad de estar en constante transformación.

A pesar de haber sido un pilar del Hollywood clásico (1940-1960), el musical de la era post-studio se volvió una rareza en las últimas décadas del siglo XX, después de pasar por una época de producción independiente y de bajo presupuesto. De acuerdo a la Dr. Beth Carroll, profesora de cine dentro de las artes y humanidades y K. J. Donnelly, profesor de cine y de música en el cine, ambos de la Universidad de Southampton, en los últimos años ha habido un resurgimiento del musical con una gran amplitud y diversidad, conservando sus tradiciones, pero también innovando en presentar su relación entretenimiento en vivo-televisión/videos musicales-cine.<sup>124</sup> El musical dejó de ser un elemento nostálgico del pasado, para ser un género que se ha reinventado a sí mismo, regresado a los modos probados de su época clásica, de forma que en las últimas décadas se ha posicionado como un elemento cinematográfico cultural vivo y permanente.

La relación entre la música y el cine popular sigue siendo una combinación probada que gusta a las audiencias y asegura el consumo de un filme.<sup>125</sup> Producciones exitosas como Chicago (2003), Evita (1996), Moulin Rouge (2001), La La Land (2016) son prueba de ello. La vigencia e impacto cultural actual del musical se ve en hechos como el que los soundtracks de algunas películas no musicales como *Pulp Fiction* (1994), *Transpotting* (1995) se comercializaron como un elemento separado a ellas, que es un género lo bastante robusto para soportar parodias y el avance de las tecnologías de sonido, plataformas musicales y videoclips. El soundtrack en las películas populares contemporáneas sustituye a la interpretación musical para expresar emociones o desarrollo dentro de una narrativa fílmica.

---

<sup>124</sup> Carroll, Beth y Donnelly, K.J. *Introduction: Reimagining the contemporary musical in the Twenty-first century*. En *Contemporary Musical Film*. Music and the moving image series. Edinburgh University Press. 2017. P. 2

<sup>125</sup> Tincknell, Estella. *The soundtrack movie, nostalgia and consumption*. En *Film's musical moments*. Op. Cit. 132

El musical ha pasado de la televisión al teatro, de la alta cultura al entretenimiento popular y en la actualidad ha saltado a múltiples plataformas que ofrece el Internet, construyendo una relación con sus audiencias a través de la interacción dinámica entre sonido e imagen. Con la llegada del siglo XXI, la experiencia audiovisual del musical demostró su potencial en películas que fueron éxitos taquilleros como *Mamma Mia!* (2008) y *Los Miserables* (2012). De igual forma, el musical mostró sus vínculos con el escenario al adaptar filmes al teatro como sucedió con *The silence of the lambs* (1991), *Legally blond* (2001), *Shrek* (2001).

El musical actual es un género que exige una exploración teórica renovada que aborde la sinergia de una prometedora industria en la venta de taquilla y de soundtracks que experimenta con modelos tradicionales y no convencionales y cómo los diferentes contextos históricos han alterado nuestra comprensión de esta dualidad. Tanto audiencias que se han mantenido leales al género, como otras nuevas pueden ser atraídas por esta combinación, ya que la demanda de expresión musical no dejará de existir.

El énfasis en la interpretación de los números musicales sigue siendo la base del musical que se apoya en tres elementos interconectados: las interpretaciones diegéticas, la artificialidad y el homenaje. El factor que lo hace evolucionar es la relación del espectáculo con las formas musicales contemporáneas (pop, rap, rock&roll) que se transforman con el paso del tiempo. En el ejemplo del rock&roll, los musicales que lo han abordado (como *School of Rock* (2003) y *Rock of Ages* (2012)) lo han hecho desde la visión de ser solamente un estilo/forma musical, en lugar del papel que tuvo como un agente político sociocultural. Es una forma musical estable, pero ya no más una cultura orgánica viva.<sup>126</sup>

En musicales de los 2000's como *Volver* de Pedro Almodóvar, y *Kill Bill Vol. 1* de Quentin Tarantino se expone el papel clave de la música en las secuencias y en la narrativa misma de la película. En otras se hace un juego de ir y venir entre las fuentes musicales de la película, pasando de música diegética a extradiegética para contextualizar y marcar el ritmo de edición. El musical contemporáneo firma con las audiencias el contrato de expectativas genéricas, para traicionarlo y superarlo en la práctica.

---

<sup>126</sup> Donnelly, J.K. *Film and the Twilight of Rock (Rock is dead and film killed it) Post-Millennial Rock Musicals*. En *Contemporary Musical Film*. Op. Cit. P. 36

Sin embargo, hay pilares constantes que conforman la esencia del género y se mantienen. Uno de ellos es el vínculo entre narrativa y número musical, cada uno con estética y temporalidades diferentes. La jerarquía de una narrativa convencional dicta que la música de una película debe estar subordinada a lo que ocurre a cuadro, pero en el musical este orden se invierte; la imagen es la que se adecúa a lo musical. En algunos filmes se crea una banda sonora de música original con funciones narrativas tales como establecer el modo y el tono de escenas particulares, destacando la personalidad o historia de algunos personajes en específico o reforzar escenarios.<sup>127</sup>

Hubo películas en los 2000's como *Transpotting* (1996), *A clockwork orange* (1971), entre otras que poseían las cualidades del musical, pero no se autodenominaban del género por la distorsión en su entendimiento en la transición de musical de teatro a sus adaptaciones fílmicas, entre otras cuestiones que le restaron mérito. Películas de otros géneros se apropiaron de las formas del musical porque su enfoque en el espectáculo y estética aportan valor al desarrollo narrativo. Esto sucede por ejemplo, en las películas de Quentin Tarantino, en las que la música sirve para convertir la violencia en un espectáculo.<sup>128</sup>

En el musical contemporáneo el número de interpretación musical sigue siendo crucial, ya que en torno a él las diferentes subjetividades en las audiencias, la figura de la “estrella” y el desarrollo de los personajes giran. La selección del *soundtrack* y en general los sonidos (dependiendo el tema central del filme) pueden funcionar como números musicales. En algunos casos el significado de la música es el motivo principal de la estética de las películas y se representa visualmente, como ocurrió en *Across the universe* (2007), en donde se utilizan las canciones de *The Beatles* no solo como momentos de escape y show, sino de realismo que confrontaba temas como el amor/desamor y los efectos de la guerra en generaciones jóvenes.

Así, libera al cine de las convenciones teatrales y también a las canciones de sus significados establecidos.<sup>129</sup> El musical contemporáneo utiliza la combinación de

---

<sup>127</sup> Baschiera, Stefano. *O brother, where art thou? The Coen Brothers and the musical genre contamination*. En *Contemporary Musical Film*. Op. Cit. 143

<sup>128</sup> Carroll, Beth y Donnelly, K.J. *Introduction: Reimagining the contemporary musical in the Twenty-first century*. En *Contemporary Musical Film*. Op. Cit. 8

<sup>129</sup> Fremaux, Stephanie. *Is this real enough for you? Lyrical articulation of The Beatles' Songs Across The Universe*. En *Contemporary Musical Film*. Op. Cit. 73



artificio/transparencia, identidad personal/performatividad y la relación escenario y actuaciones en vivo/pantalla, como fórmulas de enganchamiento. El rol de los musicales para vender música también pasó a películas no-musicales con los mencionados *soundtrack* y el surgimiento de canales como MTV que venden música mediante su representación visual. Si bien el musical ya no existe como en su periodo clásico, sus formas siguen vigentes y útiles dentro de la industria cinematográfica y musical para atraer audiencias.

Esto sucedió, por ejemplo, en *Mamma Mia!* (2008), película de ficción acompañada de una compilación de los más grandes hits del grupo, en lo que se conoció como musical *jukebox musical*. Al escuchar grandes éxitos, la audiencia experimenta placer al encontrarse con algo conocido.<sup>130</sup> La selección de canciones incluidas en el musical fue casi idéntica al exitoso álbum de la banda llamado *Gold*, que vendió más de 30 billones de copias. De esta manera, leales y nuevas audiencias fueron atraídas a consumir la música de Abba.

Los musicales contemporáneos juegan con la repetición de patrones nostálgicos, reforzándolos y desestabilizándolos, poniendo énfasis también en las conexiones intertextuales (su dependencia con otros textos y sus asociaciones), puntos de referencia al género como tal y al elenco de estrellas. Le ha dado un papel más importante a la música dentro del cine, bajo la idea de que no se debe aislar del análisis de elementos vitales en el cine como los personajes, temática y narrativa. Al igual que éstos, la música construye identidad y significado en una película. La música y las imágenes no deben estudiarse como discursos separados, sino como una unidad.<sup>131</sup>

Para terminar este apartado, mencionaremos algunos filmes que se realizaron durante el periodo de 2017 a 2021. En ellos, se aborda lo musical desde distintos enfoques que se han explicado anteriormente como el musical, de backstage o documental que muestra aspectos y el funcionamiento de la industria musical y el *biopic* que presenta la trayectoria personal y profesional de alguna celebridad. Como primer ejemplo está *Underplayed*, documental canadiense dirigido por la directora Stacey Lee.

---

<sup>130</sup> Donnelly, J.K. *Film and the Twilight of Rock (Rock is dead and film killed it) Post-Millennial Rock Musicals*. En *Contemporary Musical Film*. Op. Cit. P. 37

<sup>131</sup> Fremaux, Stephanie. *Is this real enough for you? Lyrical articulation of The Beatles' Songs Across The Universe*. En *Contemporary Musical Film*. Op. Cit. 74

Explora temas de igualdad de género, sexualidad y etnia en la música electrónica. Esto lo conocemos mediante las experiencias narradas por las pioneras en este género musical que van desde mujeres de principios de los 60's a artistas actuales como la cantautora y productora DJ Alison Wonderland, la premiada a la mejor música canadiense Rezz, el dúo de las hermanas gemelas Nervo, entre otras mujeres. Critica, por ejemplo, que en el 2019, en la lista de los 100 mejores DJ's del mundo solo 5 fueron mujeres y solo 3% de ellas estaban en roles de producción y técnicos.<sup>132</sup> Por otro lado, el equipo de producción de la película se conformó por mujeres en cargos como dirección, edición y dirección de fotografía.

Otros documentales contemporáneos son *The punk Singer* (2013), obra de la directora Sini Anderson que presenta a Kathleen Hanna, cantante y líder de Bikini Kill y Le Tigre, bandas que formaron parte del movimiento Riot Grrrl. Este documental muestra el auge del punk de los 90, de la mano de la tercera ola feminista. Cuenta con imágenes de archivo, entrevistas con mujeres cercanas a la artista (como Leo Galland, experta en la enfermedad de Lyme que Hanna padeció por seis años) que nos deja ver una cara más personal de Hanna y revivir las escenas más memorables de la escena punk.<sup>133</sup>

Chavela Vargas es otro documental dirigido por la estadounidense Daresha Kyi y la australiana Catherine Gund. Está hecho de material de archivo como entrevistas a ella misma, pláticas con parejas y colegas. Conocemos sus orígenes cantando en cantinas mexicanas (país en el que encontró su inspiración artística) y fiestas populares, hasta llegar a construir una gran carrera profesional.<sup>134</sup> Con múltiples amoríos, una relación estrecha con la soledad y amistades como la de Pedro Almodóvar, Vargas construyó un estilo y personalidad artística que la convirtieron en una leyenda de la música latinoamericana. Esto lo logró por la emotividad de su obra, por mostrarse lesbiana y por su forma de adueñarse de los escenarios en los que se presentaba.

---

<sup>132</sup> Martínez, Paloma. Underplayed: Documental canadiense expone la desigualdad de las mujeres en el ámbito musical. Disponible en línea en el sitio web de Radio Internacional Canadá: <https://www.rcinet.ca/es/2021/03/08/el-documental-canadiense-underplayed-expone-la-desigualdad-de-las-mujeres-en-el-ambito-musical/> Consultado el 15 de noviembre de 2021.

<sup>133</sup> Riot Grrrl: *El documental "The Punk Singer" está en Streaming*. Publicado en Filter México. Consultado en línea en: <https://filtermexico.com/2020/04/02/riot-grrrl-el-documental-the-punk-singer-esta-en-streaming/>

<sup>134</sup> Orozco Moncada, Nadia. "Chavela", *el documental que recorre la vida de una leyenda*. Publicado en Radiónica el 7 de julio de 2020. Disponible en línea en: <https://www.radionica.rocks/cine/chavela-documental>

Entre otros biopic, documentales musicales que tienen como protagonistas a mujeres, está *Homecoming* (2019), dirigido por la misma Beyoncé y Ed Burke, que narra la preparación de Beyoncé la primera mujer de color en encabezar el cartel de un gran festival de música como es Coachella en el 2018. Este suceso fue histórico para la cultura afroamericana y de la música en general, ya que rindió homenaje al arte, cultura, universidades y colegios negros que muchas veces han sido relegados por el arte blanco.<sup>135</sup> Así, desde los preparativos hasta el show mismo son retratados minuciosamente para mostrarnos la magnética y perfeccionista personalidad de la diva y mujer originaria de Texas.

Como último ejemplo de *biopic* tenemos a *Lady Gaga: Five Foot Two* (2017), dirigida por Chris Moukarbel. El primero, que hace una comparación irónica de la estatura de la cantante con la grandeza de su talento y su estrellato, enseña su preparación para su actuación para el medio tiempo del Súper Bowl #51 y la grabación de su disco *Joanne*. Es un retrato psicológico más allá del glamour y la fama de una estrella, en el que vemos sus contradicciones, sus relaciones personales, entre otros aspectos de una leyenda musical.<sup>136</sup>

Para terminar con estos ejemplos del séptimo arte que mezclan documental/musical al presentar historias de mujeres que se desenvuelven en esta industria parece oportuno mencionar *On The Record*, documental para HBO Max dirigido por Amy Ziering y Kirby Dick. Este filme nos narra la historia de Drew Dixon, una mujer inteligente y talentosa que pudo haber tenido una exitosa como A&R dentro de la industria musical del hip-hop. Su trayectoria fue afectada por la cultura sistémica de abuso sexual dentro de la misma industria. 20 años después decide alzar la voz y dejar de ser una víctima, al denunciar a Russel Simmons, jefe de Def Jam Recordings y otros. El filme tiene un enfoque interseccional en el que se toman en cuenta la complejidad del racismo aunado al abuso sexual.<sup>137</sup>

---

<sup>135</sup> Kennedy, Gerrick D. *El documental de Netflix, "Homecoming", captura a Beyoncé en su mayor esplendor*. Publicado en Los Angeles Times. Disponible en línea en: <https://www.latimes.com/espanol/entretenimiento/la-es-el-documental-de-netflix-homecoming-de-beyonce-captura-un-icone-en-su-mayor-esplendor-20190417-story.html>

<sup>136</sup> Rando, Paloma. El documental de Lady Gaga te enseña a quererla gracias a sus defectos. Publicado el 6 de octubre de 2017 en Revista Vanity Fair. Disponible en línea en: <https://www.revistavanityfair.es/cultura/entretenimiento/articulos/documental-via-crucis-lady-gaga-gaga-five-foot-two-netflix/26535>

<sup>137</sup> Ide, Wendy, The Observer Documentary Films en The Guardian. *On The Record review- #MeToo music doc is essential viewing*. Publicado el 28 de junio de 2020. Disponible en línea en:

En estos ejemplos se observa cómo el séptimo arte ha logrado narrar historias sobre música e industria musical en formato de documental, biopic y mezcla de ambos. En ellos se exploran temas como el aura que rodea a las estrellas, su faceta humana, su forma de lidiar con la fama, el trabajo de preparar conciertos y giras. Con recursos audiovisuales como movimientos de cámara, planos, entrevistas, secuencias de conciertos, transiciones, somos invitados a comprender un poco más el funcionamiento de la industria y cómo individuos talentosos se posicionan dentro de ella.

### **2.3 Representación de la figura femenina en películas y documentales sobre música.**

Para este apartado, se seleccionaron tres películas como objetos de estudio. De acuerdo al teórico cinematográfico y semiólogo francés Christian Metz; el cine no es solo una historia sin narrador; sino que es un discurso articulado desde una perspectiva y tiene un contexto de recepción específico.<sup>138</sup> Los filmes no son textos aislados, sino que adquieren un significado y existen en función de un espacio/tiempo en el que son creados y consumidos por individuos.<sup>139</sup>

Los seleccionados para este corpus son dos documentales y una ficción. El contenido visual e intelectual está dado por mujeres que se desempeñan en diferentes puestos de la industria musical. Gran parte de los documentales está compuesto por entrevistas o “talking heads” o pláticas grabadas. Barbara Martineau, cineasta canadiense, afirmó que la entrevista es una herramienta de empoderamiento. Poner en pantalla a alguien representándose a sí mismo, con la libertad de actuar de acuerdo a su propia personalidad, experiencias e interpretaciones de la realidad, es un mecanismo que cuestiona la ideología dominante de que solo los poderosos tienen derecho a hablar.<sup>140</sup>

---

<https://www.theguardian.com/film/2020/jun/28/on-the-record-review-metoo-music-doc-is-essential-viewing>

<sup>138</sup> Neroni, Hillary. *Feminist Film Theory and Cléo from 5 to 7*. Bloomsbury. 2016. P. 21

<sup>139</sup> Castro Ricalde, Maricruz. Op. Cit. ERHART, Julia. *She must be theorizing Things: Fifteen Years of Lesbian Film Criticism, 1981-96. en Straight Studies Modified. Lesbian Interventions in the Academy*. London: Cassel, 1997. P. 86-101.

<sup>140</sup> Aitken, Ian. *Encyclopedia of the documentary film*. P. 393

En el caso de este documental, las mujeres que lo protagonizan hablan por ellas mismas. Están ante la cámara compartiendo sus pensamientos y vivencias personales. Esto convierte a este tipo de películas en el género más íntimo y real que cualquier otro. Según las palabras acerca de la entrevista dadas por Barbara Martineau, son las personas ordinarias, las que toman un papel protagónico en el documental.

Las mujeres que protagonizan el corpus de filmes persiguieron su pasión musical. Por esta visión, perseverancia y trabajo duro han conseguido estar en puestos de responsabilidad e importancia dentro de la industria y algunas en roles que comúnmente están desempeñados por hombres; como aquellos donde se maneja dinero, se negocia (manager) y se lleva a cabo el descubrimiento y seguimiento de los talentos en una compañía (A&R). Cuestionan al *status quo*, ya que son ejemplos vivientes de que la desigualdad y las barreras de género en este ámbito laboral están derrumbándose poco a poco.

Las ideas pasadas que dictaban que una mujer estaba destinada a desempeñar labores domésticas y de cuidado, sin restar mérito a estas ocupaciones, se derivaban de la falta de oportunidades que las mujeres experimentaban en la esfera pública. Las protagonistas se pronuncian en el sector público y aportan a su ámbito profesional. Están abriendo nuevas perspectivas y convirtiéndose en referentes para otras mujeres que sienten interés por este campo.

El cine feminista es aquel que usa los recursos del medio (sonido e imagen) para interrogar la idea construida de lo femenino y proponer nuevas nociones de lo que puede ser una mujer. Tanto la sociedad como los medios de comunicación pueden ejercer presión en las personas en general pero sobre todo en adolescentes, especialmente mujeres jóvenes.<sup>141</sup> El trabajo de Metz igualmente teorizó que la estructura cinematográfica afecta la psique del espectador. Las películas, como sistemas de significantes, pueden interactuar con la imaginación del espectador y reforzar (o derribar) estructuras sociales, como el género.

Siguiendo la idea de que el cine es un sistema discursivo hecho por instituciones que pueden reproducir la ideología dominante y construir imágenes que impongan el deber ser de las mujeres, estos filmes son un ejemplo de que a través del documental y el audiovisual

---

<sup>141</sup> Rayner, Jonathan. *Stardom, reception and The Abba Musical*. Op. Cit. 107

en general es posible mostrar otras alternativas de vida y oportunidades para ellas. La ideología, según James Lynn, es un conjunto de modos de ser, actuar y entender el mundo a la que somos arrojados desde que nacemos, como el lenguaje.<sup>142</sup>

Según el filósofo marxista francés Louis Althusser, es un sistema de creencias que opera y se reproduce a través de instituciones, organizaciones políticas y prácticas legales que mantienen una sociedad en funcionamiento; tales como escuelas, iglesias, establecimientos médicos y la familia. Ya que éstas son ideas que regulan el mundo, es difícil ser consciente y crítico de las mismas. Inadvertidamente las practicamos porque las entendemos como naturales, bajo la lógica de que, si las cosas han sido siempre de tal manera, así tienen que seguir ocurriendo. Desde la perspectiva de Althusser, es imposible vivir fuera de la ideología.

El patriarcado es una de estas ideologías que, con resiliencia histórica-cultural, es un sistema que ha permeado a la humanidad a través de sus discursos, prácticas y representaciones de opresión a las mujeres, en la que el hombre se erige como sujeto principal.<sup>143</sup> Según Lynn, el patriarcado es una ideología que sigue operando a través de instituciones que compelen a la mujer a interiorizar diferencias e inferioridad respecto a los hombres.

El cine nació al mismo tiempo que el feminismo, manifestándose en su primera ola, a finales del siglo XIX, por lo que han tenido un desarrollo en conjunto. El feminismo surgió en Estados Unidos y Reino Unido como respuesta a las desigualdades que las mujeres enfrentaban, tales como no tener acceso a educación superior, a votar, a propiedades ni a ciertas profesiones. El feminismo debe ser capaz de teorizar un mundo que se encuentra en constante transformación. En cada etapa histórica, las mujeres han tenido distintas necesidades, actividades y aspiraciones sociopolíticas, por lo que la teoría feminista está obligada a analizar contextos cambiantes. Su objetivo es quitar el yugo de una ideología que contiene y silencia la subjetividad femenina.

Para ubicarlo en la historia y entender su evolución, se ha dividido en olas. La primera se enfocó en que las mujeres ganaran su derecho a votar. La segunda se ocupó de los derechos reproductivos, la generación de cambios en las expectativas culturales y la representación de

---

<sup>142</sup> Todd, Janet. *Women and film*. Holmes & Meier. P. 4

<sup>143</sup> Cowie, Elizabeth. *Representing the women*. University of Minnesota Press. 1997 P. 16

las mujeres en los medios de comunicación. Usó el slogan “Lo personal es político”. La tercera (1990) surgió como evolución de las dos olas anteriores por su falta de consideración a la diversidad racial/étnica y de clases sociales y también al comportamiento que el mismo movimiento imponía a las mujeres una vez que se rebelaban contra la ideología dominante.<sup>144</sup> Recientemente se ha empezado a teorizar sobre una cuarta ola que vivimos en la actualidad, la cual intenta mejorar la tercera y se define a sí misma a través del internet.

El feminismo es una ideología que se corresponde de cierta manera con el marxismo, al cuestionar y criticar algo similar. El marxismo cuestiona ¿cómo puede seguir sosteniéndose un orden social en donde la mayoría de las personas trabaja para que una minoría se enriquezca? Y en el caso del feminismo, ¿cómo la mitad de la población puede vivir en opresión bajo una ideología (patriarcado) que la coloca en posición de desventaja, riesgo? Como señaló la filósofa francesa Simone de Beauvoir: Una no nace, sino que se hace mujer. Un mundo sin constructos sociales de género no impondría códigos determinados de pensamiento, sentimiento y comportamiento. La ideología nos hace creer que lo que nos impone es lo correcto y no que es el sistema de ideas que prevalece. La naturaleza no define nada respecto a una identidad, sino el contexto social y cultural en el que se inserta una persona

El género es ideología. Nuestras creencias individuales forman parte de un sistema de creencias del orden social en el cual vivimos, que oculta su naturaleza construida, pero regula pensamiento, deseo y acción. A pesar de que estas formas de pensar/vivir parecen recalcitrantes, la ideología puede cambiar con base en la participación individual.<sup>145</sup> Y, como Althusser menciona en su ensayo *Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado*, es imposible vivir fuera o borrar la ideología, por lo que hay que trabajar desde dentro de ella para cambiarla, en lugar de solo concentrarse en intentar eliminarla.<sup>146</sup> Por este motivo, el cine con perspectiva de género nos da la esperanza de que, si una mujer comenzó a pensar y actuar diferente, la historia puede ser cambiada a largo plazo para las demás.

---

<sup>144</sup> Neroni, Hillary. *Feminist Film Theory and Cléo from 5 to 7*. Bloomsbury. 2016. P. 5

<sup>145</sup> *Ibíd.* Op. Cit 8

<sup>146</sup> *Ibíd.* Op. Cit. 11

El feminismo se relaciona con el cine en el momento en que, se hace consciente que, en el cine hollywoodense, al que la mayoría de las personas tiene acceso, la figura de la mujer está configurada como un estereotipo convencionalizado, cuya opresión comenzó a ser cuestionada por las cineastas de principios de los años 70's. En este contexto, nace la teoría cinematográfica feminista. Esta teoría se desarrolla con el objetivo de explorar las contradicciones de lo femenino que han existido en la pantalla grande desde el nacimiento del cine.<sup>147</sup>

Surgió de una combinación de la teoría de la pantalla (1970), el movimiento por los derechos civiles que luchó por la representación igualitaria en espacios culturales y la crítica de la segunda ola feminista a la desigualdad entre ambos sexos.<sup>148</sup> Cuando el cine estaba hecho completamente desde una perspectiva masculina, las representaciones femeninas se adecuaban a la fantasía patriarcal sobre la mujer en la que éstas eran símbolos que representaban hogar, civilización u otras creencias culturales en lugar de ser participantes activas en la sociedad a la que pertenecen.<sup>149</sup>

Respecto a la teoría de la pantalla, los teóricos que la trabajaron, describieron un aparato cinematográfico, como una versión del aparato estatal ideológico de Althusser. El cine es una herramienta para la ideología porque, igual que ésta, esconde el hecho de ser una construcción, mediante los estilos narrativos de edición. Funciona como espejo que no refleja la realidad como tal, sino una fantasía de la misma, o sea, ideología. Moldea a los individuos, haciéndoles creer que es su decisión. El cine, visto como texto, produce significado y no solo lo refleja; no solo reproduce lo que existe en el mundo real, sino que es capaz de construir otras realidades y puntos de partida. Estos nuevos significados y representaciones pueden servir como punto de identificación del espectador con el filme. La teoría de la pantalla se enfoca en esta cualidad del cine.

El mensaje cinematográfico puede tener un impacto en la mente y comportamiento del espectador. La Teoría de la Pantalla plantea que la identificación es la forma en que el espectador experimenta placer en una película y el modo más eficaz del cine para transmitir

---

<sup>147</sup> *Ibíd.* P. 2

<sup>148</sup> *Ibíd.* P. 25

<sup>149</sup> *Ibíd.* P. 27



ideología. La teoría de la pantalla también afirma que la estructura de una película le da una sensación de dominio al espectador, se olvida de que está ante un mundo construido de significados y habita la película como un mundo de sueños.

Eventualmente, las teóricas de cine feministas se movieron del concepto de identificación a otros como el de enganchamiento (que involucra al deseo) y otras maneras de interactuar con una película.<sup>150</sup> Otra manera en que el público disfruta del cine es cuando le muestra algo que quiere ser o hacer y esperanza de poder lograrlo. Por lo tanto, el cine es uno de los medios que más puede aportar al análisis feminista. Éste se puede realizar desde la construcción y difusión de imágenes femeninas, del papel de las mujeres como espectadoras y también desde sus posibilidades como creadoras cinematográficas en las diversas etapas de la producción cinematográfica industrial e independiente.<sup>151</sup>

Las mujeres de las películas de este corpus son una muestra de lo contrario al estereotipo femenino que creó el cine patriarcal, porque son mujeres que dirigen sus propias vidas. En ellas se construyen otros significados en torno a la femineidad. Sus circunstancias históricas y personales les permiten el día de hoy estar en posiciones que antes estaban reservadas para hombres. Los documentales de corte feminista son una forma de resistir, ya que pone a las mujeres, sus voces y sus historias al centro. De esta manera, vemos que, de acuerdo a Lynn, el concepto de lo femenino se resiste a una sola definición; no se puede explicar únicamente como una falta y tragedia total ni tampoco como una utopía de plenitud mística, sino que es una constelación de momentos históricamente cambiante en la que coexisten ambos elementos.<sup>152</sup>

Tal como el legado que dejaron las pioneras de cine documental feminista, las películas de corte feminista contemporáneas, emulan el deseo de mostrar otras posibilidades para las mujeres. Aunque es una realidad que actualmente las personas identificadas con el sexo femenino tienen más acceso a conocimiento, oportunidades y en general hay condiciones más favorables para ellas, sigue siendo necesario mostrar narrativas de mujeres exitosas que

---

<sup>150</sup> *Ibíd.* P. 14 y 26

<sup>151</sup> Jiménez Camacho Isabel. De cines y feminismos en América Latina: el Colectivo Cine Mujer en México (1975-1986). Tesis para obtener título de Licenciada en Estudios Latinoamericanos. Disponible en línea en: [https://www.academia.edu/37312650/De\\_cines\\_y\\_feminismos\\_en\\_Am%C3%A9rica\\_Latina\\_el\\_Colectivo\\_Cine\\_Mujer\\_en\\_M%C3%A9xico\\_1975\\_1986](https://www.academia.edu/37312650/De_cines_y_feminismos_en_Am%C3%A9rica_Latina_el_Colectivo_Cine_Mujer_en_M%C3%A9xico_1975_1986) Consultado el 28 de noviembre de 2021.

<sup>152</sup> Todd. *Op. Cit.* P. 8

inspiren a las espectadoras. Estos filmes demuestran que es posible para las mujeres tener un futuro profesional en la industria musical, abriéndose paso desde muchos frentes.

El primer documental elegido está hecho en España, país que se ha interesado más en representar el tema de las mujeres en la música en el audiovisual. Cuentan con más producciones, sobre todo independientes acerca del tema, como es el documental *Brujas* (2017), dirigida por Carmen Rojas Gamarra que narra el movimiento *Riot Grrrl* en Madrid y cómo las bandas de punk de mujeres en esta ciudad entienden y viven el feminismo, el cual usan en su música como protesta. Esta forma de hacer música tuvo su origen en la tercera ola del feminismo, en el que las mujeres se apropiaban de la escena musical underground tomando los insultos y palabras de condescendencia como en este caso “girl”, como símbolos de acción política y empoderamiento.<sup>153</sup>

A lo largo de esta investigación, nos hemos percatado de que hay una falta de tratamiento de estos temas particulares en lo audiovisual en México. Hay piezas que abordan el tema de la música en general del país como son el documental musical *Hecho en México* (2012), dirigido por el británico Duncan Bridgeman, que construye un mosaico cultural y de identidad nacional mexicano, a través de la música. O *Altavoces: La industria musical a ojos del sur del continente*, un documental de Armónica Booking & Management que plantea que la Ciudad de México es una cuna de talento y un trampolín de salto a la fama para nuevos artistas, en donde aparece Moni Saldaña, directora del festival NRMAL.

También está la serie de Netflix *Rompan Todo* (2020) que narra la historia del rock en América Latina en 50 años. En este documental solo aparecen cuatro mujeres, mostrando su ausencia en el movimiento de aquellos años.<sup>154</sup> Si bien hay audiovisuales que tratan el tema del ámbito musical en general en el país, es muy difícil encontrar uno que aborde el tema de la participación de las mujeres en él. Solo encontramos el corto-documental *Mujeres en la industria musical/MashUp*, realizado por Foro Indie Rocks en el año 2018.

---

<sup>153</sup> Rojas Gamarra, Carmen. Directora en Vimeo en su película *Brujas/Witches*. Disponible en línea en <https://vimeo.com/252031135> Consultado el 21 de julio de 2021.

<sup>154</sup> Domínguez Nicté, Itzel. Mujeres que aparecen en *Rompan en Todo*, el nuevo documental de Netflix. Publicado en el sitio oficial del medio *La silla rota* el 17 de diciembre de 2020. Disponible en línea en: <https://lasillarota.com/lacaderadeeva/mujeres-que-aparecen-en-rompan-todo-el-nuevo-documental-de-netflix/467007> Consultado el 21 de octubre de 2021.

En esta pieza seis mujeres (Mon Laferte, Dafne de Descartes a Kant, Tomasa del Real, Luisa Almaguer, Priscila de Quiero Club y Coco Cecé) se reúnen a charlar sobre cómo es ser mujer dentro de esta industria, retos, expectativas y de lo importante que es generar espacios hechos por y para mujeres. Tocan aspectos como las diferencias de género; las cuales han surgido más de lo cultural y no de lo natural<sup>155</sup>. En todo individuo existe un lado femenino y masculino. Otra idea sobre la cual discutieron fue la de que, para triunfar en este medio, una mujer debe masculinizarse para ganar respeto o hipersexualizarse para ser deseada.

Igualmente mencionan la poca credibilidad que aún existe hacia las mujeres en sus habilidades de producción u otras actividades asociadas a hombres y sobre eliminar estereotipos, como por ejemplo que una mujer que se ve muy bien no puede componer sobre temas profundos. Se plantea la idea de que el arte idealmente debería de venir de la personalidad y no del género, que el hecho de que una mujer se autodenomine feminista no la exime de ser sensible y de cómo es la experiencia *trans* en el escenario, entre otras cuestiones.

Dos películas de este corpus pertenecen al género documental. Se escogieron porque están dirigidos por mujeres, mujeres lo protagonizan y al público al que se dirigen es femenino también. Cuando vemos este tipo de películas, probamos otros contenidos, ya que las industrias culturales y de entretenimiento han creado un sistema de gustos centrado en lo masculino. ¿Por qué ponemos más atención cuando sabemos que tal película es de un determinado director o esperamos con ansias una nueva canción porque es de tal cantante?

Otro factor para escoger ambas piezas es porque, de acuerdo a Shilyh Warren en su libro *Subject to Reality*, el documental es clave en la expresión y negociación en la exploración de identidad, cuando consideramos que ésta está moldeada por relaciones de poder.<sup>156</sup> Somos por la relación que tenemos con los demás, por los roles y puestos que ocupamos, lo que hacemos y sobre quiénes tienen efecto nuestras acciones. En los casos de estos documentales, vemos una exploración a la identidad de las mujeres que lo protagonizan, en función a su aportación que realizan en su trabajo dentro de la industria musical.

---

<sup>155</sup> Neroni, Hillary. *Feminist Film Theory and Cléo from 5 to 7*. Op. Cit. P. 6

<sup>156</sup> Warren, Shilyn. *Subject to Reality. Women and Documentary Film*. Op. Cit. P. 64.

Por otro lado, y conforme a Claire Johnston, teórica de cine británica, se plantea la cuestión de que, si partimos de la idea de que el cine es arte, ¿el documental también lo es o solo es un trabajo etnográfico? Ella responde que el material grabado y cine documental pueden servir para análisis científico.<sup>157</sup> A continuación, comenzaremos con el análisis al primer filme seleccionado para este corpus: “*Mujeres de la música*” (2017), que presenta a directivas de la industria musical en España.

Este documental se conforma de los testimonios de 14 mujeres que ocupan cargos de responsabilidad en diferentes áreas de la industria musical de España. Entre estos cargos encontramos DJ, canta-autoras, directoras generales de discográficas, jefas de departamento de marketing y E-Commerce de empresas como Ticketmaster, promotoras de conciertos, editoras musicales, responsables de asuntos legales y de negocios en empresas musicales/discográficas, periodistas, gestión de autoría, mánagers, productoras, entre otras.

Fue producido por BMG: The New Music Company, parte de la multi-plataforma Bertelsmann, que es la más joven de las grandes compañías mundiales de música. Fue patrocinado por la fundación SGAE, dedicada a apoyar a los creativos en su vida artística y profesional, en colaboración con El Consejo Territorial de SGAE Madrid. La dirección y producción estuvieron a cargo de Daniela Bosé y Jon Mayor respectivamente y lo audiovisual/diseño web por Zuria Producciones. La grabación fue por Recámara Producciones y la música por Federico Vaona.<sup>158</sup>

La forma visual de este documental es simple, para que la atención esté puesta sobre las voces y el contenido del mensaje de las protagonistas. Posiciona a sus entrevistadas más cargadas a la derecha, en un fondo blanco. El lenguaje audiovisual tiene una carga significativa importante, ya que los movimientos de cámara, edición y narrativa históricamente han producido ideas de femineidad, por cómo presentan y enmarcan el cuerpo femenino. Las películas que la teoría cinematográfica comenzó a criticar estaban hechas para

---

<sup>157</sup> Kaplan, Anne. *Women & Film. Both sides of the camera*. Routledge. London & New York. 1983. P. 10

<sup>158</sup> Sitio web de Zuria Producciones. *Mujeres de la Música | Documental | Directivas de la industria musical en España*. Disponible en línea en: <https://zuria.pro/mujeresdelamusic>. Consultado el 23 de octubre de 2021

que el público se identificara con el personaje masculino y la estructura del filme se basaba en esta identificación, lo cual deja de suceder en documentales como éstos.<sup>159</sup>

Entre cada entrevista hay una cortinilla animada con el nombre del documental que separa a cada una de ellas y al principio de cada entrevista hay títulos con el nombre y cargo de la mujer que habla. Es dirigido por una mujer, por lo cual se ve otra visión/sensibilidad en el documental, no hay una perspectiva masculina o que la cámara se enfoque a ciertas partes del cuerpo de las protagonistas, o que busque dar otro tono a la participación de las entrevistadas.

Contrario a la idea de que las carreras de las mujeres en la industria de la música son de corta duración, las participantes de este documental oscilan entre los 30 y 50 años de edad, con más de 15 años de experiencia en su respectivo campo. Demuestran que la industria necesita más mujeres no solo en los puestos “visibles” de cantantes o cualquiera que se desenvuelva en el escenario, sino que pueden tener fructíferas carreras en cargos de dirección, producción y otros sectores dentro de la misma industria.

Durante las entrevistas, las ideas compartidas en común fueron que todas las mujeres protagonistas son apasionadas de la música, empezaron con cargos pequeños hasta llegar a cargos globales, lo cual se logró con disciplina, confianza en sí mismas, en sus propuestas y en no dejarse convertir en producto de otra persona. La mayoría de ellas reconoció que el ambiente de la industria musical es hostil y todavía es un mundo de hombres, permeado de machismos y micromachismos, lo cual no les permitía ser consideradas para cargos más grandes a pesar de tener la formación y la experiencia que las hacía candidatas adecuadas. Igualmente mencionaron que hay hombres respetuosos y comprometidos con el aspecto profesional y mujeres con actitudes machistas.

El mayor número de mujeres trabajando en esta industria se encuentran en sectores como *marketing* y comunicación. A pesar de haber muchas mujeres artistas, son pocas las que llevan la música del ocio al negocio por la idea común de que es muy complicado tomar el arte como una profesión. El panorama es más complicado para la mujer creativa; las mujeres aún son minoría en los carteles de conciertos, los horarios estelares son cubiertos por hombres

---

<sup>159</sup> Neroni, Hillary. *Feminist Film Theory and Cléo from 5 to 7*. Op. Cit. P. 14

y en general, falta igualdad en oportunidades. Son realmente muy pocas mujeres en cargos que trabajen directamente el manejo del dinero o largas jornadas de trabajo y toma de decisiones importantes, como son A&R, managers y productoras.

La mayoría coincidió en que hay una falta de referentes, o son poco visibles, por lo que las nuevas generaciones no tienen modelos a los cuales aspirar. Casi todas las protagonistas afirman que se exige mayor excelencia en el trabajo a una mujer por ser mujer que a un hombre. Hay una falta importante de credibilidad para desempeñar trabajos en específico o para tener autoridad de dirigir equipos. Otro problema mencionado es la falta de igualdad en salario aun cuando se realizan las mismas actividades.

Todas coincidieron que hay un problema de educación en la desigualdad en los medios e industrias creativas, como es el de la música. Esta educación viene desde casa, lugar donde la familia enseña comportamientos de género que se tienen que cumplir, lo cual es limitante. Una educación más liberal y abierta de mente obviaría que no hay profesiones de hombres o mujeres. Otro aspecto que tomaron en cuenta es la conciliación de la vida personal, con una carrera bastante demandante. Se deben generar las situaciones que permitan una mejor gestión y organización del tiempo para la mujer.

Lo esperanzador en este documental es que se señala que se están creando colectivos, asociaciones y proyectos para visibilizar y hacer crecer el trabajo de las mujeres. Se están usando las tecnologías actuales como redes sociales para crear *networking* y más oportunidades para las mujeres en la industria. Se debe construir un gusto genuino de las mujeres por trabajar entre ellas, formar equipos de mujeres y cultivar lazos entre nosotras. Se están propiciando las condiciones que darán como resultado una transformación lenta, pero grande y positiva.

Para entender cómo un texto fílmico como este documental se relaciona con la audiencia, se tomarán los argumentos de Ruby Rich, académica de cine estadounidense, que coloca a la mujer espectadora en una posición dialéctica en la que, lleva un contexto, ideas y formas de entender el mundo de su propia vida y se encuentra con códigos cinematográficos que han estructurado su invisibilidad y limitado su presencia a una manera superficial. La cultura patriarcal, presente en la cinematografía, ha construido un resiliente sistema de signos para

referirse a las mujeres.<sup>160</sup> Por lo tanto, pareciera que hay escasez de referentes con los que una mujer se pueda identificar o aspirar.<sup>161</sup>

Y no es que no los haya, sino que apenas se les está dando suficiente visibilidad y reconocimiento. Los sistemas de distribución y exhibición tanto de la industria musical como cinematográfica están en proceso de prestar más atención y difusión a otro tipo de representación de mujeres; más enfocados al talento y no a la imagen; personajes más ambiciosos, con más matices, intereses y que presenten otras posibilidades de ser para las mujeres. El mostrar este tipo de profesiones agranda el abanico de opciones dentro del cual una mujer puede elegir una profesión.

Existe un concepto llamado “participación mística” tanto en el campo de la psicología/psiquiatría/psicoanálisis, en la escuela del suizo Carl Gustav Jung y del austriaco Sigmund Freud, también presente en antropología acuñado por el sociólogo Lucien Levy-Bruhl. En Freud se le llama “identificación proyectiva”. Dicho concepto refiere a que cuando un ser humano contempla un objeto, no puede establecer ninguna diferencia entre sí mismo y éste.

Estas afirmaciones aluden a que la mente tiene la capacidad de separarse transitoriamente de su propia realidad para fundirse a otra manera de entender el mundo. Tiene la capacidad de experimentar, aprender y aplicar conocimientos adquiridos a través de adentrarse en otro estado mental.<sup>162</sup> Esto ocurre también con el cine. En el caso específico de las mujeres, cuando éstas son expuestas a otras narrativas, pueden, “ponerse en el lugar” o identificarse con lo que ven en pantalla. De ahí la importancia que tiene lo que consumimos en los medios de comunicación.

El segundo documental a analizar en este corpus es *Mujeres en la industria de la música*, disponible en la plataforma *Youtube*, realizado por la Organización No Gubernamental Circo Volador Oficial en septiembre de 2021. Este documental consiste en un foro grabado en el que participan ocho mujeres de países latinoamericanos que se desenvuelven en distintos sectores de la industria musical. Sus tres ejes temáticos son: ¿Cómo es ser mujer en la

---

<sup>160</sup> *Ibid.* P. 19

<sup>161</sup> Todd, Janet. *Women and film*. Holmes & Meier. Op. Cit. P. 28

<sup>162</sup> Pinkola, Estés, Clarissa. *Mujeres que corren con los lobos*. Ediciones B. 1995. P. 417

industria musical?, ¿Qué estamos haciendo para cortar las brechas de género? Y consejos para mejorar la situación de la industria para las generaciones futuras.

A pesar de que el documental en términos audiovisuales no es muy complejo, es importante reconocer estos esfuerzos de generar espacios de diálogo, donde las mujeres hablen de quiénes son y su arte. Contrario a lo que criticaba Laura Mulvey, teórica británica de cine feminista, que los filmes mostraban a las mujeres con el fin de que la mujer espectadora disfrutara viéndolas a manera de espectáculo, desde una mirada masculina, en lugar de identificarse con ellas, este documental, nos muestra a mujeres desde una mirada femenina y, más que verlas, escuchamos lo que tienen que decir.

En documentales como éste, la mujer es lo que Mulvey llama creadora de significado en lugar de solo portadora. La mujer espectadora puede convertirla en un referente, o bien puede identificarse y experimentar disfrute viendo a mujeres que comparten los mismos valores y trabajo en los que ella cree.<sup>163</sup> El cine *mainstream*, o popular está comenzando a cambiar. Basta mirar el catálogo de cualquier plataforma para encontrar nuevas formas de representación en la que las mujeres son sujeto activo en la narrativa. Es gracias también al cine independiente hecho por mujeres, como este documental, que otras representaciones femeninas se difunden y contribuyen al cambio social.<sup>164</sup>

La teoría de Mulvey buscaba abolir la idea de placer, bajo la concepción de que, en el cine, la figura de la mujer estaba configurada para brindar placer al público masculino. Sin embargo, Patricia White, académica en estudios de género y sexualidad en cine y medios, tiene un contrargumento de que el placer, en lugar de ser una forma de opresión y conducto de ideología, también puede ser un espacio de resistencia para la representación cinematográfica feminista. Aunque en estos filmes no se trata el tema del deseo y placer sexual, se muestra otro tipo de placer femenino en la consecución de objetivos y la realización profesional.<sup>165</sup> Las películas dirigidas por mujeres, aunque no todas se

---

<sup>163</sup> Neroni, Hillary. *Feminist Film Theory and Cléo from 5 to 7*. Op. Cit. P. 28

<sup>164</sup> *Ibíd.* P. 29

<sup>165</sup> *Ibíd.* P. 33



reconozcan como feministas, presentan estructuras formales y narrativas que dan énfasis al placer femenino, actividades femeninas y la contradicción de la identidad.<sup>166</sup>

Un enfoque psicoanalista hecho por Joan Copjec, filósofa, psicoanalista y profesora de medios en la Universidad de Brown, criticó la teoría de la pantalla y los argumentos de Mulvey, con el argumento de que el espectador se relaciona con las películas a través del deseo más que de una sensación de dominio o identificación. El enganchamiento con la experiencia cinematográfica proviene más de la falta, como nuestra complicidad con las estructuras de la narrativa y la sociedad, que del placer de la sensación de dominio.<sup>167</sup> El cine tiene la capacidad de mostrarnos objetos de deseo a través de un enfoque interseccional de estructura narrativa, composición, estilo visual y decisiones de edición que comprometen el deseo del espectador y le hacen disfrutar una película.

Mientras cada una de las entrevistadas comparte su punto de vista, aparecen en pantalla fragmentos de video de su trabajo en la música, lo cual refuerza su discurso. Elegimos este documental porque es un ejemplo de la importancia de generar espacios de diálogo por y para mujeres. El hecho de que sea un documental realizado en México y por una organización no gubernamental que apuesta por el arte y la cultura (Circo Volador) fue otro factor para elegirlo.

Se priorizó por encima de otros realizados por medios más grandes como el cortodocumental de Indie Rocks, que cuenta con personalidades más famosas, pero no visibiliza esfuerzos de individuos descentralizados. Muestra a un diverso abanico de mujeres de distintas edades, personalidades, nacionalidades e intereses dentro de lo musical. Aunque no protagonizan portadas de revistas, ni encabezan grandes festivales, son mujeres que están siguiendo su pasión, en un ambiente que todavía no es equitativo para ellas y están abriendo espacios para dar la misma oportunidad a otras mujeres de Latinoamérica.

Las entrevistadas coincidieron que es difícil ser mujer dentro de la industria. No se puede valorar el presente sin analizar el pasado, por lo que algunas de las mujeres protagonistas mencionan que hace 20 o 30 años la presencia femenina en la escena musical era casi nula. El principio del proceso fue con las cantantes de bandas de jazz, rock o pop, las pioneras en

---

<sup>166</sup> *Ibíd.* P. 62

<sup>167</sup> *Ibíd.* P. 34

la apertura de espacios en la escena. Se evocan los recuerdos de los conciertos masivos en CU, donde había “puro vato” en los carteles y solo unas cuantas mujeres como Rita Guerrero de Santa Sabina. Gracias a estos antecedentes y a que se empezó a dar espacios a mujeres en festivales como el Corona Capital y Vive Latino, es que las mujeres comenzaron a apropiarse de la escena.

Aunque la música debería ser un espacio abierto, libre y diverso, a ellas se les exige ser más profesionales y excelentes en su trabajo. En el campo de la música clásica, estas dificultades también están presentes. En la composición clásica se tienen maestros hombres que estudian a hombres músicos y que enseñan a hacer música a la manera de los hombres. Hay una invisibilidad histórica de la mujer en la música. Por esta nueva consciencia adquirida y los esfuerzos por cambiar las cosas, las niñas tendrán más referentes y espacios para desarrollarse.

En este sentido, se están organizando carteles y eventos exclusivos de mujeres, lo cual ha sido señalado como separatista. Los objetivos del feminismo no es crear un machismo invertido, en el que la mujer tenga todo el poder. No obstante, para cambiar la narrativa histórica en la que han sido ellos los protagonistas, es necesario ahora poner a la mujer al centro para conocer y relacionarnos con sus obras creativas. Aunque se busque esto, la realidad es que en esta revolución nos necesitamos todos, con fortalezas y defectos. Hay hombres respetuosos y dispuestos a unirse a esta transformación desde una visión profesional en la que el género no determina nada. No debemos romantizar las relaciones ni con hombres ni con mujeres.

En Argentina, por ejemplo, la escena musical de hace 20 años en el rock nacional estaba llena de mujeres, pero invisibilizadas en su mayoría. La relevancia y poder de las mujeres no se limitaba al escenario; las mujeres como público, al ser mayoría, tenían un papel decisivo para inclinar la balanza de consumo y determinar el éxito de las bandas. Gran parte de las bandas se hacen famosas gracias a fans mujeres. La colectividad es un concepto muy presente en este foro; la organización para hacer proyectos sociales, políticos y musicales.

El proceso creativo en grupo nos ayuda a dar reconocimiento al trabajo y lucha de otras mujeres. Es importante mencionar la idea de dejar de competir entre nosotras. El heteropatriarcado y el capitalismo han creado una estructura de rivalidad, el feminismo nos

enseña a relacionarnos equitativamente con otras mujeres. ¿Por qué no destacarnos todas? Colectivos fundados por algunas de las participantes como Chingonas Sound y Jam de Morras son organizaciones cuya forma de trabajar entre mujeres mira a estos ideales y les facilita el acceso a otras herramientas creativas.

Ambos colectivos son grandes referentes de comunidad de mujeres organizadas. La acción de abrir espacios para mujeres es parte de este movimiento de cambio. Les dan a las mujeres un espacio seguro, para cantar punk, pop, rock, en lo que podría ser su primer acercamiento a la música. Estos espacios empiezan a crear oportunidades para conocerse entre mujeres con intereses similares y crear redes; ofrecen otra alternativa a las dinámicas con hombres en el poder, para visibilizar propuestas musicales femeninas.

Estos colectivos buscan cambiar el hecho de que las canciones escritas por hombres sean cantadas por mujeres, restringiendo su emocionalidad. La narrativa es masculina, con una estructura del amor romántico basada en el dolor, sacrificio y posesión. Impulsan narrativas de nosotras hablándonos a nosotras. Buscan romper la barrera del amor romántico y encontrarlo contigo misma. No busca anular el romanticismo, la ternura ni los afectos intensos, sino compartir estas energías en relaciones y proyectos sanos. Podemos elegir lo que consumimos, cuestionarnos realmente a cuántas mujeres escuchamos y empezar a elegir mujeres para trabajar y para consumir su arte.

Mencionan también que, en Chile, los proyectos musicales más interesantes actualmente son de mujeres, como Paloma Mami, Francisca Valenzuela, Anita Tijoux. Organizaciones como La Matria y festivales como Ruidosa organizado por Francisca Valenzuela, comenzaron a exigir y brindar espacios para proyectos musicales de mujeres y a denunciar su falta de participación en géneros como el urbano. En ellos se podía ver a una mujer con trayectoria interpretando con una que apenas comenzaba y talleres de formación para todas. En el 2019 este movimiento explotó y ahora días como el 8 de marzo y 25 de noviembre tienen resonancia histórica para manifestarse por aspectos tan básicos como la igualdad salarial y otros que se han peleado desde hace mucho tiempo.

Los consejos que dan para las mujeres es que se den su tiempo para encontrar su propia voz. Participantes de esta mesa, que tienen más de 11 años haciendo música, afirman que el proceso de encontrar tu propio sonido y voz es difícil, porque nos encontramos en un mundo

lleno de voces e ideas. Creer en tu propio trabajo. Para que las malas prácticas en la música, acoso, estafa, inequidad y otros tipos de violencia acaben, lo primero es hablar. Hay que levantar la voz en lugar de intentar negociar. Buscar espacios de mujeres con organizaciones horizontales. Por los años que llevamos en desventaja, los cambios radicales llevarán tiempo.

El tercer y último filme seleccionado para analizar en este corpus es *Wild Rose* (2018). Pertenece al género musical/drama y la dirección es de Tom Harper, director de cine, televisión, productor y escritor británico. El guión es de Nicole Taylor, guionista escocesa. La música es obra del compositor de cine y televisión Jack C. Arnold. Fue producida por Entertainment One, BFI Film Fund, Creative Scotland, Film4Productions, Fable Pictures y distribuida por Neon.

Dentro del corpus, ésta película es la más diferente por tratarse de una ficción de cine independiente. Se eligió porque es la historia de una mujer que busca abrirse paso en la escena musical, se realizó dentro del periodo de tiempo que concierne a este trabajo, está filmada en su mayoría en Glasgow; de manera que retrata su escena musical y varios puntos relevantes al género y cómo éste es un factor influyente en las carreras musicales de las mujeres.

Cumple con las características de musical integrado, porque cada una de sus canciones tienen relevancia en el desarrollo de la historia y las escenas de canto y baile se adhieren naturalmente a la narrativa entre las escenas de diálogo. Los números musicales se unen a la estructura motivados por la psicología de algún personaje, para expresar opiniones o emociones que desarrollan la trama e incluso marcan las diferentes etapas de la película. En algunos casos, los momentos musicales de *Wild Rose* también son un punto de liberación de tensión en la narrativa.

Otro motivo para incluirla es porque es una ficción personal, porque vemos lo que pasa en la vida privada de la protagonista, en sus intentos de convertirse en una figura pública. Esto nos permite analizarla desde algunos planteamientos de la teoría cinematográfica feminista. Ésta señala que el cine como arte funciona como un vehículo transmisor de ideología, ya que su naturaleza le permite reflejar y reproducir las bases del orden social, al limitar las representaciones de las mujeres entre dos polos: madre u objeto sexual.<sup>168</sup> Es una

---

<sup>168</sup> Neroni, Hilary. *Feminist Film Theory and Cléo* from 5 to 7. Op. Cit. P. 5

película feminista porque analiza las expectativas “naturales” que se tienen sobre una mujer para revelar que son construidas y que, bajo una postura crítica, pueden ser cambiadas.<sup>169</sup>

Aunque es dirigida por un hombre, el guion hecho por una mujer, da como resultado un discurso audiovisual que muestra a una mujer con matices de personalidad y contexto que la rodea. La protagonista es sujeto de acción; sus deseos y acciones mueven la narrativa. A diferencia de lo que criticaba Simone de Beauvoir, que la sociedad se basaba en la idea de que el hombre es el sujeto y la mujer su otro complementario, en películas como ésta vemos a una mujer sujeto y los hombres dentro de la historia son sus complementos.

La maternidad, por otro lado, está representada de una forma muy realista; ya que muestran sus facetas limitantes y satisfactorias por igual. Da el mensaje de que, cuando una mujer tiene hijos, puede seguir siendo antes que madre, mujer, ella misma. Puede explorar sus intereses y desarrollar otras versiones de sí misma. La visión masculina del director en este caso es la de empoderamiento e inspiración para otras mujeres, al contar una historia de autodescubrimiento, esfuerzo, caídas y relaciones que se necesitan para alcanzar una meta.

El elenco está conformado por Jessie Buckley en el papel principal de Rose-Lynn Harlan, Sophie Okonedo como Susannah, Julie Walters como Marion, entre otros. La trama nos cuenta la historia de Rose-Lynn Harlan, una joven mujer de 23 años originaria de Glasgow. Su personalidad libre, extrovertida y rebelde tiene como mayor pasión la música country, por lo que su sueño es salir de Escocia para probar suerte en Los Estados Unidos, cuna de este género musical. Esta meta no será fácil de cumplir por las malas decisiones que ha tomado. Recién salida de prisión y con un chip en uno de sus tobillos que monitorea sus pasos, nos enteramos que tiene dos hijos pequeños que han sido cuidados por su abuela en la ausencia de su madre. Ha llegado el momento de apaciguar su lado salvaje para convertirse en una adulta y madre responsable.

Para pagar las cuentas, Rose-Lynn no puede volver a su antiguo trabajo como cantante de *country* en las noches del recinto *Glasgow's Grand Ole Opry*. Es así que comienza a trabajar como empleada doméstica en la casa de Susannah, una mujer acomodada económicamente y con contactos que pueden ayudar a la joven a integrarse a la escena musical. Es el caso de

---

<sup>169</sup> *Ibíd.* 11

Bob Harris, un productor de radio, experto en música country que trabaja para la BBC radio 2 en Londres. Susannah logra organizar una entrevista entre Rose-Lynn y Harris, lo cual lleva a la joven a la capital británica. Durante el encuentro, él reconoce inmediatamente el talento en su voz, pero le dice que eso no basta; que necesita tener algo que decir y plasmarlo en canciones propias.

Debido a que Rose-Lynn aún no está completamente segura sobre lo que quiere escribir, sigue con su empleo de limpieza. No pasa mucho tiempo para que su pasión por el *country* salga a la luz y los hijos de su empleadora se den cuenta de su gran voz. Poco a poco la joven protagonista comienza a construir un vínculo con Susannah basado en la música. Cuando Rose-Lynn canta o comparte algo relacionado con el *country*, es cuando su verdadero yo es más visible. Este género, como se ha revisado anteriormente, se caracteriza por la autenticidad y honestidad en sus composiciones.

La protagonista explica el *country* con una frase del compositor estadounidense Harlan Howard, la cual lleva tatuada en el brazo: *Three chords and the truth*. Con esta sinceridad acerca de lo que realmente le gusta, comienza a ganarse la confianza y la amistad de Susannah. Este último punto es otro factor que puede hacer de *Wild Rose* un filme feminista. En el caso de esta película, no existiría un pre-texto (discurso apegado a la ideología dominante que frecuentemente oprime a la mujer), sino que encontramos un texto, aunque quizá no de forma explícita, feminista.

Se plantea esta idea porque la atención se encuentra principalmente en los vínculos entre mujeres. En lugar de posicionar a un romance heterosexual o a un hombre como sujeto sobre el cual giran todos los sucesos, son las mujeres las que toman acción. Es un texto fílmico de resistencia ante las narrativas convencionales, ya que propone una historia de autodescubrimiento de una mujer apropiándose y relacionándose con el mundo y su pasión de formas distintas.

Desde que Rose-Lynn sale de la cárcel, el principal apoyo lo encuentra en su madre, quien le ha ayudado a cuidar a sus hijos y después la ayuda a encontrar trabajo. Susannah, por otro lado, le da trabajo como empleada doméstica, cambiando los roles convencionales en los que es una mujer de color quien trabaja para una mujer blanca. Ella entiende que Rose-Lynn no es mala, solo rebelde y ve en ella una prometedora cantante llena de juventud y talento. Todo

lo anterior son verdades acerca de Rose-Lynn, excepto que ella opta por omitir su estancia en prisión y a sus dos hijos.

Susannah ayuda a la protagonista de maneras formidables. Una es contactándola con el mencionado Bob Harris y la otra es organizando un *crowdfunding* para ella. Ésta última consiste en darle la oportunidad a Rose-Lynn de presentarse con la banda con la que tocó siempre en el *Grand Ole Opry* de Glasgow como número musical en su fiesta de cumpleaños. Al ofrecer una presentación fantástica y profesional, sus invitados (todos de clase privilegiada) podrían invertir en su carrera musical y ayudarla a cumplir su sueño de ir a Nashville. Esto ilustra también la afirmación de que, no es posible adentrarse en la industria musical en solitario; es necesario una red de contactos.

A continuación, vemos un periodo en la vida de Rose-Lynn en donde su dilema entre maternidad y seguir su sueño musical alcanza su apogeo. Con la desafortunada coincidencia de la semana de preparación para el cumpleaños de Susannah y las vacaciones de sus hijos, la joven cantante deberá enfrentarse consigo misma: aunque el amor por sus hijos es innegable, su verdadera vocación no es la maternidad. En estas secuencias se muestra a una Rose-Lynn que da prioridad a los ensayos en lugar de a sus hijos y a dos niños frustrados por tener una madre ausente. La teoría cinematográfica feminista se ha ocupado de analizar, entre otras cuestiones, cómo se representa en pantalla la conciliación de las mujeres con la vida laboral y personal, en donde entra la maternidad, ya que es de ellas de quienes se esperan las labores de cuidado.

Llegados a esta parte del filme, ocurren más momentos musicales, aunque éstos están presentes desde el comienzo de la película. Este concepto acuñado por Steven Cohan en su recopilación de ensayos *Hollywood Musicals. The film reader*, afirma que su existencia es el rasgo más definitorio del musical como género.<sup>170</sup> En el caso de *Wild Rose*, historia de una cantante, los números musicales no son completamente ajenos a la historia, como ocurría en el musical clásico, pero cumplen con otras de sus características.

Las canciones que conforman el filme tienen una carga significativa que guía a través de la narrativa o forman parte del mismo plano de los personajes en la película (música

---

<sup>170</sup> Cohan, Steven. *Hollywood Musicals, The Film Reader*. Routledge. Op. Cit. P.2-4

diegética). En algunas partes presenciamos un interesante vaivén de la música del plano extradiegético al diegético; primero se presentan canciones como fuera del mundo de la historia, como si fueran parte de la ambientación, para después mostrarnos que esa música viene de los audífonos de Rose-Lynn, es decir, que sí pertenece al universo fílmico creado para la película.

Las canciones en *Wild Rose* se corresponden a los acontecimientos de la historia; complementan e intensifican lo que está sucediendo o va suceder a continuación. Como primer ejemplo, tenemos la escena en que Rose-Lynn está aspirando la casa de Susannah y canta el tema *I'm moving on*. Esta escena es quizá la más cercana a un momento musical completo con canto, baile y una banda que Rose-Lynn se imagina; pero que vemos a cuadro, a pesar de solo ser real en la mente de la protagonista.

En otro momento musical, se usa la música como factor que desencadene emociones en el público. Cuando Sussanah ayuda a Rose-Lynn a ponerse en contacto con Bob Harris, éste pide un video con el cual medir el talento y potencial de la joven. Rose-Lynn se graba cantando *Peace in this house* en casa de Sussanah. Es un momento que nos permite captar una emoción inmediata a través de la música. El lenguaje cinematográfico de primeros y medios planos enfocados en la luz del sol de la tarde en el rostro de la protagonista, alternados con la reacción emocional en el rostro de Sussanah y sus hijos, se complementa con la música y letra de la canción.

Como otro ejemplo, se encuentra el momento musical después de obtener la cita con Bob Harris. Ahora, lo que urge resolver es la cuestión del monitor en el tobillo de Rose-Lynn que no le permite estar fuera de casa en las noches. Para este problema legal, contrata a un abogado que logra ganar su caso, haciéndola parecer una mujer reformada y responsable. Vuelve al *Grand Ole Opry* de Glasgow para recuperar su empleo como cantante en las noches. Con la energía cínica y simpática que caracteriza a Rose-Lynn, se adueña del escenario e interpreta *Outlaw state of mind*. Esta canción hace referencia a su personalidad y a la celebración por tres grandes logros: la entrevista con Bob Harris, su libertad ganada en la corte y la recuperación de su empleo en el *Ole Opry*. Por primera vez su carrera musical parece tener futuro, aunque en su vida personal como hija y madre todavía hay muchos



problemas por resolver. Volvemos a la parte donde Rose-Lynn tiene que preparar, junto con su banda, la presentación para el cumpleaños de Sussannah.

Para intensificar el mensaje de que la protagonista no se siente plena en su papel de madre y, por otro lado, lo feliz que se siente cantando *country*, se usa el tema *Born to run*. Literalmente vemos a Rose-Lynn corriendo. Debido a que su madre está harta de su “inmadurez”, le retira su apoyo para cuidar a los niños. Con los días ocupados por los ensayos para la presentación que viene, Rose-Lynn tiene que encontrar personas que la ayuden a cuidar a los niños, mientras éstos soportan el abandono de su madre y se sienten defraudados constantemente. Esta secuencia está conformada por tomas de Rose-Lynn viva y feliz ensayando en el escenario del *Ole Opry*, en contraste con otra frustrada y cansada cuando está con sus hijos. *“I was born to run. All I wanted was to be the best. Justo to feel free.”*

Aunque las circunstancias eran adversas, Rose-Lynn continúa su preparación para la fecha especial, pero la vida la vuelve a poner a prueba. Un día antes de la presentación, el esposo de Sussannah, quien aparentaba simpatía por ella, le dice que sabe de su pasado en prisión. La amenaza diciéndole que una vez que se presente en el cumpleaños de Sussannah, no la quiere cerca de su familia. Son muy pocos los hombres que aparecen en esta película y la mayoría tienen buenas intenciones; como Bob Harris. El esposo de Sussannah solo busca proteger a su familia; pero en esa escena se revela que no siente ninguna empatía por Rose-Lynn ni consciencia sobre lo que él y su familia pueden ayudarla.

Esto afecta bastante a Rose, quien no esperaba algo así de alguien a quien consideraba su benefactor. Las dificultades parecen no terminar cuando, después de eso, su hijo Lyle se lesiona el brazo. Luego de pasar una noche en vela, Rose-Lynn no puede simplemente faltar a su compromiso con Sussannah. De nuevo vuelve a pedir la ayuda de su madre para quedarse con sus hijos; sobre todo con Lyle que está a unas horas de ser enyesado. Sin poder creer que Rose-Lynn quiera dejar a su hijo en un momento crítico, la deja irse, visiblemente furiosa. Parece que ha dejado de creer en su hija por completo.

Una devastada Rose-Lynn se dirige a su presentación con muy mal semblante y el peor de los ánimos. Ya en el escenario, Rose-Lynn se da cuenta de que no puede hacerlo y decide irse de la fiesta. Antes de hacerlo, se enfrenta con Sussannah que se acerca a pedirle una explicación. La verdad no puede esconderse más y Rose-Lynn confiesa que estuvo un año en

prisión por delitos relacionados a drogas y que tiene dos hijos. Sussanah queda perpleja y muy afectada ante lo que acaba de escuchar. La protagonista abandona el lugar de la fiesta. Después de este desafortunado (pero necesario) acontecimiento, Rose-Lynn se dirige a su casa y cumple la promesa de llevar a sus hijos a la playa.

En este nuevo intento de arreglar su vida, decide dejar la música y trabajar como mesera en la misma pastelería que su mamá. Con esta nueva, pero vacía vida sin la música, la protagonista celebra su cumpleaños junto con su familia. Su madre se da cuenta del deterioro en su estado de ánimo. Con el paso de los días, reflexiona en lo mucho que su hija ama la música y que se ha alejado de su mayor pasión. Entonces, la madre de Rose-Lynn decide darle a su hija los ahorros de toda una vida de trabajo para que vaya a Nashville.

La protagonista, sorprendida porque su madre siempre había expresado rechazo a sus sueños musicales, le pregunta por qué ha decidido darle ese dinero. Su madre deja de ser el obligarla a adoptar el mismo rol maternal y de ser un obstáculo hacia la libertad, para convertirse en su aliada. Rose-Lynn tenía la idea de que su madre había permanecido en su trabajo en la pastelería porque lo disfrutaba y tenía razón, pero en su juventud quiso ser farmacéuta.

Ella le comenta que una vez que una mujer se vuelve madre, dejar de querer cosas para una misma y únicamente tiene deseos para los hijos. Pero ha entendido que Rose-Lynn es diferente y tiene otra meta y el coraje para conseguirla. En algunos casos, el cine se ha ocupado de mostrar la utilidad de las mujeres como madres, pero no siempre como algo deseable. La maternidad, como una posibilidad en la vida de las mujeres, tiene muy afianzada la contradicción de alabar el valor de la mujer por tener y criar hijos, pero simultáneamente enfatiza su incapacidad para desarrollarse fuera del reino doméstico.<sup>171</sup>

Muchas mujeres no logran concretar sueños cuando se vuelven madres. Esto puede deberse a que las labores de cuidado son muy demandantes en tiempo y energía. Todos estos factores hacen esta secuencia muy emotiva, porque somos testigos de la fuerza del vínculo madre e hija. Aunque tampoco es la intención romantizar la maternidad, en este filme en concreto, está representada de una forma realista; al mostrar sus altibajos: como el que una

---

<sup>171</sup> Neroni, Hilary. *Feminist Film Theory and Cléo from 5 to 7*. Op. Cit. P.

mujer se pierda completamente a sí misma en ella, pero también lo satisfactorio que es ayudar a los hijos a cumplir sus sueños. Incluso la misma Rose-Lynn valora el proceso de reencontrarse con sus hijos y ganarse su confianza y cariño después de estar en la cárcel.

Marion, la madre de Rose-Lynn, conoce a su hija y sabe que puede alcanzar el éxito. Es así que la joven protagonista emprende su viaje a Nashville, Tennessee. Una vez en Estados Unidos, Rose-Lynn conoce el *Ryman Auditorium*, hogar del *Grand Ole Opry*, en una visita guiada para turistas. Una vez ahí, no resiste las ganas de cantar en el escenario. Sin un público que la escuche, parece que por primera vez Rose-Lynn se escucha a ella misma cuando canta: *I'll open the gates and when I reach the place I'm going, I'll surely know my way*. La forma serena en la que está interpretada esta canción, nos hace entender que la protagonista ya sabe hacia dónde va.

De regreso en Glasgow, una Rose-Lynn más despierta y con más seguridad se reencuentra con sus hijos. Su relación es mucho mejor que antes. Un año después, la película nos sitúa en el escenario del festival Celtic Connections, que nació en Glasgow, Escocia en 1994 y se lleva a cabo anualmente a principios de enero. Se conforma de géneros musicales como folk, tradicional, indie, jazz&soul, gaélico, rock&pop, entre otros.

Cuando la protagonista presenta la canción que interpretará a continuación, dice que ella escribió la letra y la música. Ha tenido un desarrollo importante en esos 12 meses, ya que de no componer ni tocar ningún instrumento, ahora se presenta en un importante festival con sus propias melodías. Cuando cantó en el escenario del *Ole Opry* de Nashville, supo que su lugar estaba en Glasgow, con su familia. Necesitaba irse para saber que ya había encontrado su hogar. *Had to find my own way, make my own mistakes. Ain't no yellow brick road running through Glasgow, but I found one stronger than a stone: Ain't no place like home*. En esta última y emotiva presentación Rose-Lynn le rinde homenaje a su natal Glasgow, quien Bob Harris también describió como una tremenda ciudad musical. Pero más que al lugar, le canta a su gente.

Esta última pieza musical tiene la cualidad de ser autoreflexiva, en este caso sobre el trayecto de idas y vueltas de Rose-Lynn para encontrarse a sí misma y su pasión.<sup>172</sup> La

---

<sup>172</sup>Babington, Bruce. *7 Star personae and authenticity in the country music biopic*. En *Film's Musical Moments*. Op. Cit. P. 95

película sigue la convención formal del género musical clásico de finalizar con una gran actuación en vivo.<sup>173</sup> El director no deja cabos sueltos y entre el público encontramos a Sussanah, sus hijos e incluso a Bob Harris disfrutando de la presentación. *Wild Rose* deja una cálida sensación de esperanza a las personas dentro del mundo ficticio del filme y a nosotros, como público exterior a ella.

Esta película también podría funcionar como un homenaje a la ciudad escocesa Glasgow, la ciudad de la música. Por otro lado, es interesante según la teoría cinematográfica feminista porque tiene como protagonista a una mujer joven poco convencional ya que, a sus 23 años encarna los roles de ex convicta, hija, madre y cantante de *country*. Es una película que ofrece un gran referente para las mujeres que la ven, ya que es una invitación al descubrimiento del yo y de la canción propia.

Retomamos la idea de que, desde antes de nacer, un individuo está condicionado a las cualidades que tendrá por ser mujer u hombre. Las cuestiones de género empiezan desde lo biológico. Por esta razón, el cuerpo es una entidad de intersección biológica/cultural, una entidad política y social. La ideología dicta, por ejemplo, que una mujer es más apta para criar niños, cuando un hombre puede tener el mismo perfil. Una orden social patriarcal exige este comportamiento a las mujeres, lo cual las relega a la esfera privada/doméstica, privándolas de la política u otras áreas de la vida social y espacios de trabajo como el escenario y el ámbito musical.<sup>174</sup>

*Wild Rose* no plantea que una mujer solo puede seguir su lado “salvaje y feminista” si no tiene hijos. Rompe con la idea común de la cultura occidental sobre la femineidad que oscila entre ser muy sexual o apta para criar, cuando una mujer puede ser también inteligente, valiente, cariñosa, innovadora.<sup>175</sup> Muy sexual o madre son los estereotipos mutuamente excluyentes que se han exagerado, en los cuales se encasilló rígidamente la representación femenina en el cine, mientras que la masculina tiene más opciones.

*Wild Rose* nos presenta un personaje femenino que vive una transición de ex convicta y rebelde a una mujer equilibrada, madre de dos niños, hija responsable y canta-autora de

---

<sup>173</sup>

<sup>174</sup> Neroni, Hilary. *Feminist Film Theory and Cléo from 5 to 7*. Op. Cit. P. 7

<sup>175</sup> *Ibíd.* P. 13

*country*. Tal como en personajes masculinos vemos la conversión de villano a héroe, en este filme vemos a un sujeto que cambia de prioridades y actúa en consecuencia. No se queda en el papel de espectadora, ni en una posición de renuncia, sacrificio o inferioridad por ser madre y empleada doméstica. Ofrece otros referentes de subjetividad y maternidad.<sup>176</sup>

A la escena musical logró entrar por su talento y personalidad. Es un retrato de una mujer que se abre paso en un medio difícil por razones de género. De una manera un tanto utópica, muestra una forma en que, equilibra su vida personal y profesional en la música. Después de pasar por un proceso de desplazamiento geográfico, de mostrarnos disparidades de clase, rutina diaria y las dificultades a las que una mujer, madre, y que además ha estado presa, se enfrentaría para cumplir un sueño. A diferencia de la idea que afirmaba que el musical carecía de profundidad y relevancia social, *Wild Rose*, por los elementos que se han mencionado, es un ejemplo que muestra lo contrario.

---

<sup>176</sup> *Ibíd.* P. 40

## Capítulo 3

### 3.1 Ciudad de México y Glasgow: Ciudades de música y cultura

En el presente capítulo se explicará porqué Ciudad de México y Glasgow, Escocia son consideradas como ciudades culturales; donde la oferta musical es muy amplia. En los apartados siguientes, se abordará el trabajo de campo realizado para esta investigación; el cual consta de cuatro entrevistas a profesionales de la industria musical, hombre y mujeres, en ambas ciudades. Respecto a Glasgow, se escogió porque en Agosto de 2008 fue nombrada por la UNESCO como la primera Ciudad de la Música en el Reino Unido.<sup>177</sup> Ciudad de México también forma parte de la red de Ciudades Creativas de UNESCO.<sup>178</sup>

Antes de la pandemia de COVID-19, en Glasgow se celebraban 130 eventos musicales a la semana y muchas de sus sedes como el Apollo Venue o King Tut's Wah Wah Hut, han sido claves para bandas y artistas de géneros que van del clásico al contemporáneo, orquesta, ópera, música celta y más. Es una ciudad vibrante que siente orgullo y emoción por su escena musical. Asimismo, es la ciudad escocesa que cuenta con el mayor número de instituciones de educación superior que ofrecen cursos de música y con la población más grande de estudiantes de esta materia.

La música es una parte importante de la vida en la ciudad de Glasgow por la excelencia de sus músicos, el entusiasmo de su audiencia y en sus políticas públicas que abordan la música como una forma de arte, pero también como herramienta de educación e integración social.<sup>179</sup> Estas características que le permiten dar mayor acceso y propiciar más interés y participación en la música a sus habitantes, le hicieron valer el título de Ciudad de la Música.

También se ganó este nombre por ser una ciudad que asiste a las personas involucradas en la música a través de asociaciones y asesoramiento. Y por sus esfuerzos en ser más representativa con sus diversas comunidades musicales. La música no solo es vista como espectáculo de recreación, sino también como una herramienta en pro del bienestar social y psicológico de sus habitantes. En algunas de sus sedes se ofrecen conciertos para personas

---

<sup>177</sup> Cities of Music Network. Glasgow, Scotland. UNESCO City of Music since 2008. Disponible en: <https://citiesofmusic.net/city/glasgow/> Consultado el 20 de julio de 2021.

<sup>178</sup> Creative Cities Network. Disponible en: <https://en.unesco.org/creative-cities/mexico-city>. Consultado el 20 de julio de 2021

<sup>179</sup> Sitio oficial de Creative Cities, UNESCO. Glasgow, Music. Disponible en línea en: <https://en.unesco.org/creative-cities/glasgow>

que padecen demencia o problemas de alcoholismo e igualmente existen iniciativas musicales con enfoque comunitario como Music in Hospitals, entre otros.<sup>180</sup>

En cuestión de la participación de las mujeres en la industria, se creó la plataforma Scottish Women Inventing Music, cuyos miembros son mujeres que se dedican a la creación musical y son profesionales de la industria comprometidas a lograr la igualdad de condiciones para las mujeres en este campo a través de la creación de redes para mujeres, informar y educar sobre las habilidades de las mujeres en la industria y acciones para dar mayor visibilidad a las mujeres en la misma.<sup>181</sup> Asimismo, en el podcast creado por la misma plataforma llamado *The Culture Dive*, las conductoras Carrie Marshall y Arusa Qureshi mencionan en el primer episodio que premios como el Scottish Album of the Year y el Scottish Alternative Music Award en el 2020 tuvieron una lista de seleccionados muy diversa.

Hubo artistas no binarios y trans nominados como DJ Taahliah, la primera mujer negra trans nominada, el cantautor no binario Bobby Kakouris y Comfort, banda cuya vocalista Natalie McGhee es una mujer trans. Esto sucedió como respuesta a la solicitud de *Keychange*, que es una red global que trabaja por la igualdad de género en la industria musical que busca una división del 50/50 en el equilibrio de género en sus artistas.<sup>182</sup> La ganadora fue Nova Scotia The Truth, de 24 años que además es la participante más joven en ganar tal reconocimiento.<sup>183</sup>

Datos del informe de diversidad musical del año 2020 en Reino Unido, revelaron que, aunque lento, la inclusión de las mujeres y otros grupos en desventaja en la industria musical, está avanzando pese a las barreras que aún hay que derribar. Esta encuesta estuvo supervisada por el grupo de trabajo enfocado a la diversidad de UK Music, el cual existe desde 2015. UK

---

<sup>180</sup> Glasgow UNESCO City of Music. Who we are. Disponible en: <https://www.glasgowlife.org.uk/glasgow-unesco-city-of-music/who-we-are>

<sup>181</sup> Scottish Women Inventing Music. Disponible en: <https://www.scottishwomeninventingmusic.com/fullmission>.

<sup>182</sup> Sitio web oficial de Keychange. Disponible en línea en: <https://www.keychange.eu/themovement>

<sup>183</sup> Sitio web oficial de Scottish Women Inventing Music (SWIM). The Culture Dive Podcast. PDF del episodio 2. Disponible en línea en: <https://www.scottishwomeninventingmusic.com/podcast>.

Music es la voz colectiva que representa los sectores de la industria musical británica, la cual es líder en el mundo. <sup>184</sup>

La información recabada por esta encuesta proviene de agencias de publicidad musicales, compañías para obtener licencias musicales, de gestión, el sector de la música en vivo, sellos discográficos masivos e independientes, La proporción de mujeres aumentó de 45.3% en 2016 a 46.9% en 2020. La representación de personas de color, asiáticas y otras minorías étnicas en el rango de edad de 16 a 24 subió de 25.9% en el 2018 a 30.6% en el 2020. El número de personas pertenecientes a comunidades negras, asiáticas y de otras minorías étnicas en el nivel de entrada a la industria ascendió del 23.2 % en el 2018 al máximo del 34.6 % en el 2020.

La representación de estos mismos grupos en altos niveles ejecutivos subió de 17.9% en 2018 a 19.9% en 2020, lo cual significa que ocupan uno de cada cinco de estos puestos. La única cifra que no reportó un avance para las mujeres fue la del número de ellas que pertenece al grupo de 45 a 64 años, que bajó de 38.7% en 2018 a 35% en 2020, lo cual demuestra que hay un problema en la retención de las mujeres en sus puestos de trabajo. <sup>185</sup> El saber lo que se está haciendo en otros países aporta otro panorama de conocimiento y técnicas para aplicar en este proceso, además de tener un acercamiento sobre cómo se vive el feminismo y la música en otro continente.

Dado que este capítulo se compone de entrevistas hechas en Ciudad de México y Glasgow, se abordará de manera breve el tema de la entrevista. Ésta se define como herramienta periodística y metodológica de investigación en el trabajo de campo y funciona para los objetivos del presente trabajo. A pesar de que, en la vida cotidiana, sostenemos pláticas uno a uno, todas con formas y objetivos distintos, como la de reclutador con el candidato a algún trabajo, en terapia, el psicólogo con su paciente, la entrevista periodística e investigación tiene un carácter diferente.

De acuerdo a Federico Campbell, periodista mexicano, una conversación toma el carácter de entrevista cuando el entrevistador entrevista al entrevistado con el propósito de recabar

---

<sup>184</sup> Sitio web oficial de UK Music. About UK Music Disponible en línea en: <https://www.ukmusic.org/about/>

<sup>185</sup> *Ibíd.* UK Music Diversity Report 2020. <https://www.ukmusic.org/equality-diversity/uk-music-diversity-report-2020/>



información para publicarla en alguna revista, periódico, o en este caso, en un trabajo académico. Una vez que el entrevistador señala el tema que quiere tratar en la entrevista, se establece una relación formal con límites y objetivos claros.<sup>186</sup> Una entrevista es un diálogo entre dos personas que se compone de preguntas que mantengan al entrevistado dentro del tema de interés, y respuestas, en las que se busca conocer los puntos de vista, pensamientos y razonamientos de una persona sobre dicho tema.

A diferencia de un perfil, en el que, mediante las palabras que el entrevistado usa se puede estructurar la semblanza de alguna persona, la entrevista pretende ahondar en un tema mediante las declaraciones o ideas que la persona en cuestión emita, una vez que el entrevistador formula las preguntas adecuadas de acuerdo a lo que quiere conocer. La entrevista es un diálogo en el que participan dos individuos con personalidades y experiencias distintas. El entrevistador elaborará un texto que surge de la interpretación, valoración y jerarquización de la información que comparta el entrevistado. Por lo tanto, en Campbell se plantea que en la entrevista hay una autoría doble del que realiza las preguntas y del que las contesta

El entrevistador entonces tiene un papel secundario durante el diálogo. Lo importante es lo que el entrevistado tenga que decir. Las principales habilidades del primero deben ser la escucha activa, el saber formular las preguntas precisas que le permitan obtener la información que busca, intervenir solo cuando se requiera alguna aclaración o para hacer alguna observación crítica, intuición, no imponer su punto de vista y conducir la plática sobre la misma línea temática.

Dado que la entrevista es, como señala Manuel Blanco, escritor y periodista mexicano, un ejercicio vivo, en el que, la materia prima es la vida misma, en la que cada situación o persona es diferente, no hay una fórmula o serie de pasos definitivas para llevarla a cabo.<sup>187</sup> Sin embargo, hay guías que nos pueden orientar en esta labor. En este sentido, Campbell propone un proceso de entrevista que consta de tres fases: Preparación, encuentro y redacción.<sup>188</sup>

---

<sup>186</sup> Campbell, Federico. *Periodismo escrito*. Alfaguara, 2005. P. 35

<sup>187</sup> Blanco, Manuel. *Dime qué preguntaste y te diré quién eres*. Disponible en línea en: [https://www.academia.edu/8851700/DIME\\_QU%C3%89\\_PREGUNTASTE\\_Y\\_TE\\_DIR%C3%89\\_QUI%C3%89N\\_ERES](https://www.academia.edu/8851700/DIME_QU%C3%89_PREGUNTASTE_Y_TE_DIR%C3%89_QUI%C3%89N_ERES)

<sup>188</sup> *Ibíd.* P. 35

En la primera fase, el autor menciona que debe haber una hipótesis previa. Hay una información anterior que nos permite ver que aún hay más que revelar sobre un determinado tema. Una vez llegados a la parte de la redacción, si bien no se espera una transcripción exacta ni tampoco que se le dé una línea de interés propia o de acuerdo a una forma de pensar, sí se espera un respeto a las ideas del entrevistado.

### **3.2 Entrevistas en Ciudad de México**

México cuenta con una de las principales economías de entretenimiento en el mundo, su presente es legado de diversos procesos históricos relacionados con la institucionalización de la cultura y la oficialización de identidades colectivas. Esto ha dado como resultado una serie de prejuicios y vicios por parte de los actores involucrados en la industria, razón por la que, si bien teóricamente podemos entender por cultura a “la totalidad de los lenguajes y de las acciones simbólicas propias de una comunidad”<sup>189</sup> en la práctica muchas expresiones son relegadas por cuestiones políticas, ideológicas e incluso morales.

En la actualidad, México vive un fuerte centralismo, pues las principales instituciones políticas, económicas, mediáticas y culturales se ubican en la capital, la ciudad de México. Esto implica un importante rezago representacional en el resto del país, ocasionando que buena parte de las expresiones artísticas e iniciativas musicales tengan que pasar por la capital para ser reconocidas y legitimadas a nivel nacional. Lo anterior no significa que falten iniciativas destacadas en el resto del territorio, pero la centralización institucional y mediática dificulta que trascienda lo que se encuentra en las periferias y en lugares descentralizados.

Por otro lado, consorcios como Televisa, Azteca, Fórmula, Acir e Imagen dominan el mercado privado y poseen buena parte de las frecuencias en radio y televisión, por lo que la diversidad de discursos musicales es limitada. Mientras tanto, las instituciones públicas tienden a ofrecer contenidos bajo un concepto de cultura relativamente conservador.

En cuanto a la producción de eventos “la Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE) y su subsidiaria, la Operadora de Centros de Espectáculos, S.A. de C.V. (OCESA),

---

<sup>189</sup> M. Leonor Balbuena Palacios, 2014, Teoría de la representación simbólica de la comunicación gráfica, Universidad Autónoma de Barcelona (Ed.). España.

producen la mayor parte de los espectáculos masivos, al punto que se ha cuestionado si incurren en prácticas monopólicas”<sup>190</sup>, La centralización nubla la posibilidad de dimensionar diversos aspectos de la industria, entorpeciendo el flujo orgánico de artistas, iniciativas e información.

A continuación, comenzaremos con las entrevistas realizadas a mujeres que trabajan en la industria musical en Ciudad de México. Nuestra primera entrevistada es Verónica Ramos, fotógrafa nacida en la Ciudad de México, que a través del lente de su cámara plasma su visión del mundo y sus componentes.

Verónica siempre ha estado relacionada con el mundo de la música, estudiaba en el conservatorio. Empezó a ir a más conciertos, iba a uno cada mes y se dio cuenta de que era algo que le gustaba y que aparte conocía. Sin darse cuenta empezó a escribir, pero necesitaba fotos. Entonces, con su celular comenzó a tomarlas. Fue muy inconsciente, después estudió periodismo porque abarcaba parte de lo que ya hacía y así fue como comenzó.

Cree que es difícil definir el concepto industria musical porque abarca desde ser músico, artista, staff, hasta incluso ser fotógrafo. Vero siente que la industria se mueve mucho por los medios y por la gente que consume esos medios. Para ella la industria representa tener contactos, más allá de talento, mucha estrategia y mucho marketing.

Ella considera que el principal propósito de su trabajo es una cuestión documental, al final del día una fotógrafa está ahí para capturar las imágenes de un momento. Para ella la fotografía representa capturar un instante.

Cuando estudió en el conservatorio, le dijeron que la música era un arte dinámico y que se está yendo mientras va sucediendo. Por esta razón, cree que la fotografía de concierto guarda la esencia de lo que está pasando. En general, una imagen para ella es guardar y capturar un momento que ya no va a regresar nunca.

Sobre las partes satisfactorias y negativas de su trabajo menciona que la foto le ha dado la oportunidad de conocer gente, lugares y eso es algo muy bello. Lo malo es que también es

---

<sup>190</sup> Junio del 2011, Corporación Interamericana de Entretenimiento, S.A.B. de C.V. (BMV: CIE B), Recuperado el 17 de Febrero de 2022 de la base de datos disponible en: <https://cie-ri.com.mx/pdf/anual/anual2010.pdf>

un ambiente laboral muy competitivo, muy desgastante.... Menciona que durante ese mes solo ha dormido aproximadamente dos horas diarias y es muy cansado.

Otra de las cosas que considera que no está tan bien es que aún hay una diferencia abismal entre hombres y mujeres. Duda mucho que deje de existir próximamente. Relata la experiencia de que hace dos años iba a trabajar con Porter, ya tenía todo listo y en el momento su manager le canceló. Tiempo después se enteró de que mandaron a un hombre al evento. Lograr entrar a un buen show es complicado, se necesita tener un buen contacto o tener un buen medio.

Para ella es importante representar la música visualmente porque es una manera de retratar el entorno: cómo es la sociedad hoy en día, que está pasando, cómo se visten, cómo es el público... todo. Cree que es un documento para las siguientes generaciones; para que vean lo que se hacía.

Como alguien que ya se desenvuelve dentro del medio, ella piensa que cuando empezó no había tantas mujeres y ahora ya está un poco más nivelado. En cuestión de la presencia de las mujeres en la música, sí ha visto un cambio. Hay quizá un poco más de apertura hacia ellas, pero sigue siendo muchísimo más pesada la presencia de hombres.

De hecho, cree que son contadas las bandas que están compuestas al 100% de mujeres, pues la mayoría tiene músicos o colaboradores hombres. Al momento de pensar en una solista, seguramente su banda será solo de hombres. Todavía hay que seguir trabajando en eso, porque sigue siendo muy disparajeo.

Entrar a la música es complicado y es un lugar muy inseguro para las mujeres. Vero nos contó de una plática con sus amigas en la que reflexionaban en que cualquier chica puede ser fotógrafa, pero que seguramente el director del medio al que va representando, es un hombre, entonces al final sigue siendo una industria de hombres, por hombres y para hombres. Al final la línea editorial y las decisiones que dirigen un medio son tomadas por ellos.

En la foto cree que la situación está un poco más pareja, pero en la música como tal las diferencias están muy disparadas. Respecto a las figuras femeninas en la industria musical a las cuales admira y la han inspirado, menciona a Toni François. La primera vez que la vio,

pensó que quería ser como ella. Mencionó también que ahora su trabajo ya es más documental, pero en su momento fue una inspiración para ella.

Hay otra fotógrafa que se llama Andrea Gonar. Ella fue de las primeras personas en usar técnicas nuevas y Verónica piensa que ella ha logrado desarrollar un estilo muy marcado, entonces le gusta mucho su trabajo. Además, es de las chicas que, si no alguien no sabe hacer algo, ella lo explica con muy buena actitud, es muy buena onda para compartir su conocimiento. Le gusta mucho que sea tan versátil; puede tomar fotografías de políticos y en la noche de algún concierto.

Desde su perspectiva, lo que hace falta para que las mujeres tengan más participación y carreras exitosas dentro de la industria, tiene que ver con la cuestión de los contactos. Quizá hace falta más sororidad. Por ejemplo, ella piensa que, si una mujer trabaja en esto y quiere desarrollar algo, esa mujer debería pensar primero en contratar a una mujer que a un hombre. Relató la experiencia de que, hace tiempo, quería trabajar tomando fotografías de una chica en uno de sus conciertos. Fue a su conferencia, se puso de acuerdo con su manager y todo bien, pero a la mera hora le canceló por darle prioridad a un fotógrafo hombre.

A lo que se refiere es que tal vez la manager o inclusive la artista, siendo mujeres podrían haber optado por darle la oportunidad a ella. La industria está tan manejada por hombres que las oportunidades de crecimiento para las mujeres son más complicadas. Tristemente comenta que tiene más historias donde se les dio prioridad a los hombres simplemente por el hecho de serlo. Y lo peor es que, si hombres son mayoría, entre ellos hacen sus equipos; de manera que excluyen a mujeres

Ella reacciona con mucho enojo ante las situaciones de desigualdad de género. Trata de evitar volver a trabajar con las personas de las que vienen estos comportamientos. Deja pasar la situación y después se aferra a algo más grande para seguir mejorando. En cuestión de compañeros es algo similar, también le ha pasado que prefieren el trabajo de sus compañeros por encima del suyo. Sin embargo, trata de no enfocarse en esa situación porque al final del día hace su trabajo por ella y para ella.

Las medidas necesarias para combatir estas actitudes en el trabajo, de acuerdo a ella, tendrían que ver con la sororidad. Aunque reconoce que es difícil, las acciones que

promuevan que exista más apoyo entre mujeres podría ser la solución ante estas injusticias. Está consciente que son cambios que no sucederán de la noche a la mañana, pero cree que poco a poco se puede ir creando más compañerismo entre nosotras.

Respecto a que, si una mujer que trabaja en alguno de los sectores de la industria musical puede ser económicamente estable, ella dice que es posible mientras sea muy reconocida. Aquí regresa al punto inicial; todo depende de los contactos. No cree que sea imposible, pero si es muy complicado, en general. De acuerdo a Verónica, es muy difícil que una profesión dentro de la industria musical le pueda permitir a una mujer conciliar su vida profesional con la personal. Por ahora ella tiene 3 trabajos y los shows son en todo momento. Hay veces en que ni siquiera tiene tiempo para dormir. La música es muy demandante, pero cree que sí se puede lograr.

Vero Ramos no se llamaría a ella misma feminista. Reconoce que nunca ha leído nada del feminismo y sabe que tiene muchas vertientes. Cree que hay una gran diferencia entre hombres y mujeres y también que hay que empezar a luchar por la equidad. Piensa que la palabra feminista es demasiado compleja. Le falta saber más del tema. Ella les diría a las niñas/jóvenes que quieren seguir sus pasos que tomen muchas fotos y que sean fieles a lo que quieren, que no lo hagan por moda y que lo intenten un millón de veces. También que experimenten mucho y que sean muy sociales. Que sean muy persistentes.

A corto/largo plazo, piensa que la presencia femenina va a crecer dentro de la industria. Los canales se han abierto bastante y cree que la presencia femenina va a ir aumentando poco a poco. Desea que el día de mañana haya más mujeres en puestos muy importantes. El panorama para las mujeres en esta industria específicamente en la Ciudad de México es relativamente sencillo, de acuerdo a la entrevistada. Hay muchos shows durante la semana y acceder al transporte es fácil. Todo está más cerca y la seguridad es mejor que en cualquier otra parte del país. En general, el panorama para las mujeres en la industria musical en CDMX es más favorable y hay más oportunidades.

La siguiente entrevista se realizó a Fausto Leonora. En 2015, Daniela Navarrete adoptó el seudónimo Fausto Leonora para compartir su sonido, en el que experimenta con varios géneros alrededor del pop; a través de la voz e instrumentación, monta historias ilustradas por brillos y movimiento. Cantante y compositora mexicana de veintiséis años, estudió canto

enfocado a la ópera y tiene experiencia en teatro musical, además de formar parte de la compañía independiente Canto en Movimiento, cuyas presentaciones se realizaron en Roma, Italia. Un día sintió la necesidad de experimentar con su voz, la música y el movimiento, dejando fluir todo lo que su cabeza guardaba y no lograba expresar con palabras.

Por esta pasión nació Fausto Leonora, sitio en el que polos opuestos conviven para crear. Mediante sonidos sencillos, instrumentos sentimentales y una voz honesta, la música fluye. Sus influencias integran desde música clásica hasta pop y rock alternativos. Durante el 2015 dio a conocer el demo *Into the shell/Dentro de la coraza*. En 2016 salió a la luz su primer EP *Deconstrucción* que incluyó tres temas, bajo la producción de Totore (Austin TV), con arreglos y post producción de Chavo (Austin TV) y supervisión vocal de Dafne Carballo (Descartes a Kant). En 2019 reveló su segundo EP “Natural”, producido, grabado, mezclado y masterizado en Antarrec Productions por Adrián y Daniel Noroña Merki.

Daniela supo que se quería dedicar a algo relacionado a la música cerca del 2014, cuando estaba en una compañía de teatro musical y tuvieron la oportunidad de presentar una obra en Roma. La música para ella significa conexión con algo más grande. No sabe qué es, pero siente que la música es un medio para transmitir algo. Es un todo, es un mundo, algo muy grande que le da mucha alegría. Compara la experiencia con ir a una escuela, de la cual aprendió demasiado. Esa experiencia le hizo ver cómo era la vida del arte. Cuando regresó de Roma decidió hacer algo suyo y meterse de lleno a su proyecto que es: Fausto Leonora. El objetivo principal de su proyecto es expresarse. Cree que todos los que hacen arte buscan proyectar su mundo interno. Busca comunicar que somos energía y que todos podemos convivir bien sin sentirnos más o menos por pertenecer a un género o clase social en específico.

Las partes satisfactorias de su trabajo es cuando logra comunicar lo que piensa porque a veces es difícil, pero cuando logra que alguien se identifique con su música es muy bonito. Se da cuenta que pudo comunicarse como ella quería. O en los shows, cuando la gente le dice lo que le hizo sentir su espectáculo. Otra cosa que es muy satisfactoria es que ha podido conectar con otros artistas que la inspiran y eso es increíble porque entre artistas se retroalimentan y crecen juntos.

Algunas cosas negativas podrían ser que, como mujer, se encuentran barreras. Le ha pasado que a veces en los shows las personas piensan que no sabe manejar su equipo o conectar sus instrumentos, incluso la ignoraban o, enfrente de ella, le preguntaban a su novio porque pensaban que él era el músico. Pero, cuando se dan cuenta de que sí sabe lo que hace, se calman, pero es algo que no debería de pasar.

Otra situación que ha tenido que afrontar es que las personas que organizan eventos de música no confían en proyectos femeninos. Creen que no saben colocarlos y quieren ponerlos en un cartel solo de mujeres en lugar de integrarlos con el resto de las bandas. También piensa que el público podría exigir más presencias femeninas en los venues o festivales de música.

Daniela/Fausto considera que la presencia femenina no es igualitaria en la industria musical. Menciona como ejemplo a su novio que es fotógrafo de conciertos y la mayoría de los integrantes de su equipo son hombres. Incluso ella se ha tardado mucho en sacar material porque siempre busca productoras, pero es muy difícil encontrarlas. Le gusta mucho trabajar con mujeres, pero la visibilidad que hay de ellas es notablemente poca. Los medios especializados en música deberían voltear los reflectores hacia estas mujeres para que no se queden en el anonimato.

Nuestra entrevistada cree en los referentes. Admira a todas las mujeres que hacen música porque es un gran trabajo y se necesita mucha persistencia para luchar contra muchas cosas, sobre todo cosas internas, que vienen desde cómo somos criada y cómo nos ve la sociedad y demás. Es un trabajo duro e importante que todas las mujeres que están en la industria hacen diario. Fuera de eso admira mucho a Lido Pimienta, de ella la inspira mucho su fuerza y la manera de decir las cosas. Ella es mamá y muchas mujeres pensamos que al convertirnos en madres ya no podemos hacer nada. Lido Pimienta le dijo que eso está mal y que tenemos que normalizar la maternidad. Si alguien contrata a una cierta mujer, se sabe que viene con sus hijos; no los pueden dejar porque también es su trabajo. Piensa que eso es muy válido y bonito. Esta figura de inspiración tiene las características de fortaleza y fidelidad a sus ideas, a sus valores y a sus raíces.

Otra es Kate Nash, porque ella también está constantemente en la búsqueda de la igualdad en la industria. No tiene pelos en la lengua y le encanta que tenga esa fuerza de decir las cosas. Le gusta mucho que sea muy sensible y que esté tan bien conectada con sus emociones.



Aurora es otro referente porque la inspira la conexión que tiene con su ser interno, es muy sencillo para ella conectarse y proyectarse. La conmueve muchísimo y piensa que es algo muy bello. St. Vincent también, porque considera que es una persona muy centrada y conectada con lo que ella cree y cómo lo expresa. Y por su talento para tocar.

Reflexiona que todas las mujeres que ha mencionado son consistentes No están volando en la fantasía de ser artista. Considera que es excelente que tengan los pies en la tierra y sean seguras. Daniela cree que lo que falta para que las mujeres tengan más participación y carreras exitosas dentro de la industria tiene que ver con el trabajo que cada una hace. Todas tenemos conflictos internos, muchas veces pensamos que no merecemos las cosas o que algo nos va a costar más y lo primero es no clavarse con esas ideas. A partir de ahí, cada una puede encontrar su propia manera de llegar a lo que quiere llegar. A veces piensa que muchos proyectos femeninos se quedan exiliados por el miedo que sus creadoras tienen de mostrar lo que sienten y lo que son.

Hace falta profundizar en nuestro conocimiento interno para ofrecerlo y tener más seguridad. También se podría recibir más apoyo de los medios: radio, tv, sitios web, etc. Hace falta que la gente que está ahí sea más curiosa y volteé a ver a nuevos talentos. Es extremadamente importante mencionarlas, darles su crédito porque a veces eso no pasa, aunque sea en foto, en video, o cualquier medio. Le ha pasado que quiere buscar quién hizo determinadas cosas y no lo encuentra. Al no pronunciarlas, le quitas la oportunidad y visibilidad a alguien.

Como ejemplos de los cambios que ha visto en la participación de las mujeres dentro de la industria musical, menciona que en un inicio notaba que había menos mujeres managers y ahora hay más. También hay más mujeres involucradas en la producción, pero todavía falta, podría haber más. En el futuro le gustaría ver a más equipos completamente de mujeres. Por ejemplo: si hacen un video, que sea una casa productora de mujeres. Que en los carteles de festivales haya un 50 -50 de hombres y mujeres y si -bromea- hay más mujeres, que el festival no se llame: “Festival Rosa” o algo así. Que se llame Vive Latino o Corona Capital.

Considera que también es importante que haya colaboraciones musicales entre mujeres que no sean del mismo círculo. A veces en la música ya están muy marcados esos márgenes y no cree que sea tan bueno, porque las que no están en un círculo en específico se pierden

de muchas cosas. Igualmente, los salarios dentro de la industria es algo a lo que se le tiene que poner atención para que sean más equitativos.

Al igual que Verónica Ramos, Fausto Leonora cree que la única manera en que una carrera musical le puede permitir a una mujer ser económicamente estable es que llegue al punto de ser muy conocida. Por ahora, al menos ella, no se mantiene de la música. Tiene una amiga que también tiene su proyecto y es muy buena, pero tiene otro trabajo que le permite seguir desarrollándose en el aspecto musical. Piensa que todas quisieran dedicarse solamente a la música, pero hacer música no es nada barato. Es pagar el propio proyecto, mantenerse, conseguir promoción y más. Básicamente si el proyecto llega al punto de ser muy reconocido, se puede lograr. De otra manera es muy complicado, mucha gente en el mundo de la música tiene otras actividades para ganar dinero.

Daniela/Fausto se autodenomina feminista. Cree en la equidad. Le gusta que haya equilibrio. Ella respeta a todos y quiere que todos sean felices y estén bien. No le gusta que la gente se crea más que otros. Ella piensa que todos somos personas y cómo personas todos merecemos un trato digno. A las mujeres que aspiren a seguir sus pasos les diría que sean muy fuertes y que primero trabajen mucho en sí mismas y en su amor propio.

Antes de sacar una canción o cualquier proyecto, lo primero es trabajar en el amor propio y en la confianza, porque eso es lo que les va ayudar en el camino y a enfrentar dificultades. Van a toparse con que les exijan mucho, pero no tiene que ser así. Entonces que sean ellas mismas trabajando bajo sus propias reglas. Que busquen su propia voz y su propio sonido... su propia expresión y que eso lo ofrezcan al mundo y van a ver que van a encontrar a alguien que se sienta identificado y que las siga.

Ella espera que su trabajo pueda ayudar a otras mujeres, inspirándolas. Espera también proyectarles fuerza y decisión para que ellas busquen tener esa conexión con su mundo interno y lo puedan expresar. El panorama para las mujeres en la industria musical en la ciudad de México no ha cambiado mucho, desde la visión de nuestra entrevistada. Piensa que los talentos femeninos que muchas veces la industria pone enfrente son muy estereotipados. Cree que sí hay mujeres, pero podría haber más variedad de mujeres. No todas las mujeres se ven iguales y tampoco se expresan igual.

A continuación, seguiremos con la entrevista a Natalia Szendro, una mujer egresada de la carrera de ciencias políticas en la Universidad Autónoma de Nuevo León. Durante su trayectoria, Szendro ha formado parte del consejo curatorial para la realización del programa Tierra Beat, Festival Internacional de Música y Acción Ambiental, el cual se llevó a cabo el 27 y 28 de abril de 2018 en el Parque Bicentenario de la CDMX. También ha generado experiencia en Radio Educación, organizando la X Bienal Internacional de Radio. Actualmente labora en la estación Reactor 105.7, desde 2015 como locutora de uno de los programas de más rating, “Iluminat” y a la fecha, Natalia ha pasado de la radio local al Internet, hasta llegar al Instituto Mexicano de la Radio, en donde, tras estar detrás de los micrófonos, ahora se encarga de la gerencia de Reactor.

Natalia cuenta que no sabe exactamente cuándo supo que quería dedicarse a la música. Se acuerda que desde muy chica una de sus grandes pasiones era la música, pero nunca pensó que se podría dedicar a la música o formar parte del espectro de los músicos. Nunca imaginó el tamaño de la industria. No sabía que uno podía dedicarse a la industria de la música.

Cuando llegó a la carrera, unos años después, se enteró que una amiga estaba haciendo su servicio social en la radio de la universidad donde estudió. Le interesó y empezó por ahí y cuándo entró a hacer radio fue cuando realmente se le abrió la posibilidad. No obstante, no era redituable porque no ganaba nada, así que empezó a ver la radio y la música como un hobby. Muchos años después entendió que podía dedicarse a esto y que podía ser un activo dentro de la industria musical.

Su definición del concepto de industria musical es que es un cuento muy bonito que le han contado, porque, por lo menos en este país, no le queda muy claro que sea. Para ella, cuando se habla de industrias, por lo general se refiere a que es un sistema económico que funciona y que se sirve de varios sectores y que además maneja mucho dinero de por medio, cómo tal vez el maquillaje, la tecnología. Entonces a ella no le queda muy claro que en México la industria sea eso y si es, es un sistema económico muy pujante en donde muy pocas personas se sirven de ello.

Muy pocas manos reciben el dinero que se supone que genera una industria. Entonces fuera de los conciertos ella siempre ha hablado de micro economía en lugar de industria musical. Esto es debido a que, en este país, una mínima cantidad de personas, se han podido

servir de ese banquete de industria musical. El resto ha sido gente que ha luchado mucho pero que ha tenido que sobrevivir a partir de generar ingresos de otra manera.

Su trabajo consiste en ser una especie de directora artística de lo que sucede en Reactor. No cuenta con presupuesto ni muchas herramientas más que su equipo de trabajo y lo que puedan generar. Cree que una de sus labores principales es generar una especie de línea editorial dentro de la estación, darle seguimiento a la línea editorial, coordinar los esfuerzos de su equipo de trabajo para conseguir metas de la estación y también toda la parte administrativa que tiene que ver con entregar cuentas, generar informes, alinearse con lo que solicita el IMER, etc.

Ella dice que es como una directora técnica de un equipo de fútbol, dónde la gente que trabaja en Reactor juega y ella de alguna manera los acomoda. Les da herramientas y administra. Lo más satisfactorio para ella es poder trabajar muy cerca con la música. Cree que quienes están y colaboran en un medio como Reactor son muy afortunados porque se dedican a una cosa que les apasiona muchísimo y no todo el mundo puede decir lo mismo. Pone el ejemplo de que no es lo mismo decir que trabajas en el SAT a decir que trabajas en el IMER.

Su trabajo, posición y lo que hace es muy divertido para ella. Tiene la oportunidad de trabajar en festivales, de ir a transmisiones especiales, entre muchas otras cosas. Lo menos satisfactorio es que al final es un medio muy ingrato. Cree que la parte más difícil es que es muy injusto económicamente para quienes laboran en él. Le disgusta muchísimo que quienes trabajan ahí ganen tan poco, porque es un trabajo fuerte y nadie gana lo suficiente; son pagos injustos. Eso provoca que no haya continuidad en muchos proyectos. Le gustaría que tuvieran más recursos, porque prácticamente se vive al día.

Para ella es importante conservar el radio como medio de transmisión musical. Cree que transmitir música siempre va a ser muy importante. Tienen mucha competencia y piensa que el sentido de estar en radio pública es porque todavía hay muchos oídos que los escuchan. Considera que, a diferencia de Noruega, que apagó sus estaciones de radio para siempre, para nosotros no va a llegar pronto ese día. Nuestra sociedad es más heterogénea y más distinta, tenemos una tradición de radio muy fuerte en este país. Mientras haya tráfico en esta ciudad,

siempre habrá alguien que quiera escuchar, mientras haya alguien que se quiera sentir acompañado, va a haber radio que transmitir.

Natalia piensa que, en el proceso de llegar al puesto donde está ahora, le ha ayudado ser una persona “muy cuadrada”. Esta característica ayuda en muchos sentidos: le da mucho esquema y a tener las cosas ordenadas en la cabeza. Eso es muy importante para trabajar en un ambiente que puede resultar muy caótico en muchos sentidos, la creatividad es caos, y lo que ella le aporta al medio es orden. Le gusta que sea así, le gusta tener la posibilidad de ser ordenada y hacer administración porque eso fue lo que estudió.

Cuando se planteó llegar a la gerencia de Reactor estaba muy segura de lo que tenía que hacer porque en su cabeza ya era una cosa muy clara. Lo único que se le dificultó es hacer que las 40 mentes que forman Reactor fueran para el mismo lado. También le ha ayudado su experiencia en otros lugares: trabajó en radio educación un tiempo, coordinó una Biental internacional de radio, estuvo mucho tiempo en el centro de cultura digital y tiene mucha experiencia en administración pública. Toda esta experiencia la ha preparado. Admite que no es tan *rockero*, pero le gusta mucho la sensación de tener las cosas en control

Sobre las figuras femeninas en la industria musical que admira, ella cree que hoy más que nunca hay muchas mujeres que están haciendo cosas muy interesantes y que están muy involucradas en los procesos. Ha seguido el trabajo de Lynn Fainchtein, que ha estado en esto desde hace mucho tiempo, pionera en su tipo y una de las mujeres más influyentes en términos de música. Además, porque logró colarse a un sector complicado. La admira mucho igualmente porque ella empezó como locutora.

Cree que las nuevas generaciones tienen muchísimos ejemplos de mujeres que se están abriendo paso. Admira el trabajo de Moni Saldaña, quien lleva 10 años con su festival y ella la conoció cuando empezó. Relata que ambas vivían en Monterrey y que le encanta saber que ambas hayan podido abrirse paso desde sus respectivos nichos. Igualmente admira mucho a Cinthya Flores de *Indie Rocks* como editora de un medio que durante muchos años fue impreso y ahora es digital, al igual que el trabajo de Ceci Velasco en Marvin desde hace muchos años. Menciona que cuando era adolescente, ella era de los pocos nombres femeninos que sabía que estaba en esto. Albina Cabrera que también es locutora y que ha hecho muchas

cosas en Estados Unidos para darle resonancia y cabida a proyectos latinos desde su nicho. Y estos son solo unos pocos nombres que se le ocurren.

Ahora más que nunca estamos viviendo una revolución femenina. Menciona que hay muchas mujeres managers. A ella le resulta curioso que haya muchas mujeres siendo managers, ella piensa que se debe que las mujeres son cómo mamás, pero cree que en este momento se está viviendo algo muy bueno, en sentido de apertura para las mujeres, que tenía que pasar tarde o temprano.

Respecto a si es complicado para las mujeres conseguir estar en puestos de autoridad, ella cree que ahora es un poco menos. Para llegar a esto se tuvieron que derribar techos de cristal, tuvieron que llegar otras a decir: esto también nos incluye, nos incumbe y nos interesa. Piensa que todavía faltan muchas barreras que derribar y que se tendría que difundir más la labor que hacen las mujeres dentro de la industria musical, en general en la industria del espectáculo. Eso va a ayudar a que más mujeres vean que se pueden dedicar a esto.

Reconoce que sí es muy difícil llegar a un puesto de alto perfil en un país machista. La opción está para que todas puedan llegar a dónde quieren estar, pero siempre va haber alguien que hable de que las razones por las que llegas no son las mismas que las que un hombre. Es probable que van a decir que, si una mujer llega a esos puestos es porque se acostó con alguien o era novia de alguien, cuáles son las credenciales; pero cuando llega un hombre aquí no hay nada de eso. Es muy difícil llegar a puestos de poder siendo mujer.

Es complicado que los hombres quieran dejar esos puestos, porque al final eso representa un estatus para ellos. Natalia reflexiona en que esos puestos también representan el mismo status para las mujeres, pero, aun así, para una mujer que lo logra en esta realidad, sigue siendo una victoria para todo el género y para ellos es una victoria personal, una cuestión de poder individual.

Desde su perspectiva, trabajar en la industria musical no les permite a las mujeres (y en general a todas las personas), ser estables económicamente. Eso a lo que le llaman industria no es industria. Si se parte del punto de que el dinero no está bien distribuido y no está llegando a todas las manos que debería llegar, eso obviamente afecta más a las mujeres. Ella cree que no va a llegar una economía estable para las mujeres que trabajan en esta industria.

Están a expensas de que les paguen \$10,000 si bien les va, al mes. Para Natalia esto es una injusticia y le cala muy profundo porque piensa que las mujeres tienen que trabajar desde antes, mucho más rápido y tienen que desarrollarse profesionalmente a pasos fugaces. Esto es porque eventualmente como mujeres nos planteamos si queremos o no tener familia o si queremos o no ser mamás y si no se hizo todo lo que se quería hacer antes de convertirse en mamá, es todo más complejo.

Es muy complicado ser mujer en cualquier ámbito porque la vida productiva se acaba en el momento en el que se quiere tener hijos. Ella cree que su profesión no le permitiría ser mamá, a menos de que tenga una pareja estable que tenga un ingreso mayor que el suyo que les permita lograrlo. Sola no podría y hay muchos casos de mamás solteras dentro de la industria. La exigencia social de estar con los niños y criarlos sigue siendo muy pesada para las mujeres.

Cuenta que, en su entorno laboral inmediato, Reactor, hay varias mamás y que ahí debería haber una guardería porque ellas por necesidad tienen que venir. Ella cree que no es una industria que ayude a las mujeres que quieren ser mamás. La exigencia dentro de este gremio es muy complicada y ser mamá también lo es, mientras no haya una sensibilización de parte de la industria. Considera que por estos motivos también hay muchas mujeres que están decidiendo no tomar el camino de la maternidad, porque ahora en lugar de ser algo que se desea, es algo que se rechaza. La sociedad lo desea; pero cuando una lo desea te rechaza porque no va de acuerdo a las convicciones de tu empresa, de tu lugar de trabajo... es muy difícil.

Nuestra entrevistada nunca se ha sentido ni la han hecho sentir inferior en su puesto, pero menciona que las mujeres en la industria musical sufren mucho el síndrome del impostor. Este padecimiento psicológico es la cosa que nos dice todo el tiempo: ¿Sí estoy aquí por las razones correctas? ¿Sí estoy logrando todo lo que quiero? ¿Si merezco estar en el puesto en el que estoy? Es complicado.

Natalia se considera feminista. Ella cree que en la estación que dirige se hacen muchas cosas que tienen que ver con feminismo. Si se puede definir como feminista, tiene todo para serlo, todo lo que ha dicho en esta entrevista tiene que ver con feminismo. No sabe si declararse feminista en tiempos en que pareciera que lo único que pasa cuando una mujer se

declara feminista es que los machitos la radicalicen. Ella no se va a declarar, o no, feminista por ellos. Más que feminista, se considera mujer y entiende a su género, lo comprende y le gustaría hacer más por su género. Respecto a esto, ella cree que su trabajo puede ayudar a otras mujeres para inspirarlas. Siente que es una responsabilidad muy grande. Personalmente sí le gustaría que jovencitas se sientan inspiradas por lo que hace.

Ella considera que existen redes de apoyo entre las mujeres que se desenvuelven en la industria musical. Al menos en Reactor, desde que ella entró, se hizo una red muy bonita de mujeres y no tiene nada que ver con la cuota de género, es porque son profesionales que saben hacer bien su trabajo. Sobre lo que está ocurriendo en la escena musical en Ciudad de México, desde su perspectiva, están sucediendo muchas cosas.

Más que la brecha de género, cree que actualmente hay una brecha generacional muy fuerte. Piensa que más mujeres están haciendo más cosas, aunque le gustaría que fueran todavía más atrevidas. Cree que todavía hay mujeres que piensan que solo por cantar bonito pueden llegar a ser músicas, tiene la impresión de que se cierran en los estereotipos. Tiene esperanza de que poco a poco sea posible destruir los estereotipos y que las mujeres no se limiten a lo que éstos dictan. Musicalmente hablando considera que estamos viviendo tiempos muy refrescantes, se están generando propuestas auditivas muy bonitas e interesantes.

Respecto a la forma en que su trabajo y el de otras mujeres en la industria musical impacta, ella menciona que, mientras sea visible lo que hacen y que sea reconocido con nombre y apellido, impacta completamente en lo que sucede. Las mujeres tienen que cacarear mucho su trabajo y culturalmente que las vean niñas y mujeres jóvenes, dedicarse a esto sí puede ser una inspiración para cambios futuros. Natalia cree firmemente en enseñar que existe la industria y que una como mujer puede tener mucha influencia en lo que sucede alrededor.

Para ella la música significa todo. Es muy emocionante, es un motor que nunca se acaba, porque música siempre va a haber. Es muy emocionante poder trabajar escuchando música todo el tiempo, no todos tienen la fortuna y para ella dedicarse a esto es increíble, lo es todo.



Para alguien que quisiera seguir sus pasos, ella le recomendaría que no le tenga miedo a hacer las cosas de manera estructurada. Pareciera que la organización es poco glamorosa, pero yo creo que hacer bien las cosas, ayuda a mejorar y no estancarse en cosas mediocres.”

Por último, añadimos la entrevista que realizamos a Maya Piña Salas, vocalista y canta autora de Budaya, proyecto leonés independiente de “synthpop” fundado en el 2013. Hoy en día, la banda cuenta con presentaciones en diferentes estados de la República, así como en Nueva York, Chicago y San Diego en los EUA. Con 7 años de experiencia en la industria musical (4 años en el interior del país y 3 años residiendo en la CDMX) ha podido conectar con redes de mujeres en la música, al formar parte de la coordinación del colectivo Energía Nuclear Mx, con el motivo de promover proyectos de mujeres en la música, tanto ya posicionados, como nuevos.

Actualmente, el trabajo de Maya es realizar la dirección artística de su banda, la cual consiste en componer música y crear letras. Ella cuenta que, al ser una banda independiente, al principio no sabía cómo era trabajar dentro de la industria musical, incluso menciona que en León Guanajuato (lugar en donde vivió algunos años al inicio de su carrera) no había espacios suficientes para cubrir la escena musical emergente de aquel entonces y que fue gracias a las plataformas digitales que su proyecto pudo salir adelante.

Al comienzo de su trayectoria, Maya fue mánager de su propio proyecto, lo que la ayudó a adquirir experiencia dentro de la industria y a obtener mayor visibilidad para su grupo. Menciona que es indispensable que su trabajo cumpla con la característica de emitir un mensaje de conciencia y sensibilidad, pues relata que les gusta que la gente pueda meditar con su música. Ella cree que la música puede tocar fibras sensibles, por eso, Budaya busca que su música pueda llevar al público a lugares mágicos. Afortunadamente les ha ido muy bien con el público y han recibido buenos mensajes al respecto. Eso es algo muy hermoso y valioso para ellos.

Para Maya y su banda, crear música les ha traído muchas satisfacciones. Entre ellas, la de ofrecer a su público un gran espectáculo. De lo más satisfactorio del proyecto es hacer un muy buen show; con mucho apoyo de producción y del público, eso es lo más satisfactorio. No hay nada cómo conectar con el público.

Sin embargo, lo más difícil de su trabajo es tener que enfrentarse a la camaradería que existe dentro de la industria musical. Como en todas las industrias, existen muchas relaciones de compadrazgo, que son muy evidentes. Eso dificulta que le den prioridad en algunos medios o espacios para tocar. Sin embargo, a raíz de eso están existiendo otras redes de conexión que buscan dar más oportunidades a las bandas. Por ejemplo, actualmente ella forma parte de un colectivo de mujeres en la música que se llama Energía Nuclear en dónde han podido hacer cosas bastante hermosas. De hecho, cuenta que *Canción sin miedo* de Vivir Quintana nace a raíz del apoyo que ese colectivo tuvo.

Gracias a Energía Nuclear, Maya menciona que muchas chicas están desarrollando proyectos emergentes y que es gracias a eso que poco a poco la brecha de género se ha empezado a equilibrar. Los proyectos de las nuevas generaciones han servido bastante para abrir las puertas para todas las mujeres. Se han hecho desde exposiciones hasta sesiones en vivo para apoyar sus trabajos, buscan hacer cosas distintas a las que están sucediendo en la industria en general, como talleres en los que comparten sus conocimientos y aprenden unas de las otras. Este tipo de comunidades han surgido por la necesidad de estar juntas para apoyarse. Entre ellas platican con que personas es bueno trabajar y con quienes no, para tener precauciones y evitar cualquier tipo de violencia.

Al igual que para muchas de nuestras entrevistadas, para Maya la presencia femenina en la industria es muy baja. Ella piensa que, por el mismo compadrazgo, hay muy poca presencia femenina, por ejemplo, en los carteles de los festivales hay muy pocas mujeres. También influye que en nuestro país no hay mucho apoyo por parte del estado, por ejemplo, en Argentina existe la *Ley de cupo* que exige que al menos el 30% de los participantes en eventos culturales sean mujeres, pero en México no existe algo así.

Maya considera que ser mujer no le ha afectado para desarrollarse en la industria musical. Sin embargo, piensa que se debe a su carácter, pues fuera de su experiencia ha sido testigo de diferentes actos de violencia de género hacia sus compañeras. Nunca se han metido con ella por su carácter, pero sabe que no siempre depende de nuestra actitud, por eso hay que saber cómo reaccionar ante estas situaciones. Por otro lado, Maya comenta que desde su perspectiva es necesario que las mujeres creen más en sí mismas y en sus proyectos, ya que esto puede ayudarlas a ingresar más fácilmente a la industria.

Al igual que el resto de nuestras entrevistadas, Maya considera fundamental tener referentes femeninos que admirar. Ella admira a muchas mujeres, todo el tiempo se sorprende mucho con las chicas que va conociendo. Considera que las mujeres están haciendo cosas increíbles, una de ellas es Elis Paprika, quien actualmente realiza pláticas con niñas para promover la composición. Vivir Quintana, Pahua, entre otras mujeres muy talentosas que lo están logrando en la escena. Se necesitan referencias para abrir nuestras mentes y saber lo que está sucediendo y saber que hay muchas mujeres detrás de los productos musicales que se consumen.

A pesar de las diferencias laborales entre hombres y mujeres, para esta cantautora mexicana existen múltiples cambios que han surgido a partir de la cuarta ola feminista por la que estamos atravesando. Ella cree que las olas feministas han hecho maravillas. Cree que del 2019 para acá las mujeres han tomado más valor para hacer que las cosas sucedan, no solo en la música, también en sus trabajos, en sus casas y más. Y esto se refleja en todas las áreas de la vida, hasta llegar a la industria musical. Al momento de juntarnos entre mujeres, podemos hacer muchas cosas. Cree que, la ola que atravesamos, ha ayudado a que entre mujeres podamos sentirnos más fuertes. Por otro lado, ella desearía que no hubiera tanta división. A veces le pasa que como su proyecto tiene un integrante varón, las músicas no me consideran como una mujer que dirige un proyecto y todo eso es una confusión.

Por otra parte, ella considera que la música sí puede permitirles a las mujeres ser económicamente independientes, aunque acepta que no es tan sencillo. Es muy difícil, como mujer se tiene que saber que está pasando en la industria, hay que preguntar, investigar y conectarse para saber de qué formas se puede monetizar un proyecto o cómo vender canciones a alguien más. Todo eso se tiene que aprender para lograr una estabilidad económica, requiere mucho esfuerzo, pero es posible.

Maya se considera fielmente feminista y piensa que es esencial enseñar a las niñas y jóvenes a creer en sus aptitudes y desarrollarlas, porque la industria musical exige mucha actividad y desgaste. También les recomienda hacer un plan para desarrollar sus proyectos poco a poco y llegar a la gente, pero sobre todo mantener los ojos bien abiertos. Actualmente, Maya considera que la escena musical en la CDMX no está en su mejor momento. Siente que no es la mejor, pero que a nivel Latinoamérica no está tan mal. Cree que influye mucho que

no hay muchos foros. Hay algunos, pero la mayoría están ocupados por las bandas famosas. Es algo complicado hacer shows en la ciudad.

Finalmente, para ella la música representa una salvación que, a nivel personal, la ha ayudado mucho a crecer emocionalmente. Es una conexión muy fuerte, un lenguaje único que logra conectar con todos los seres humanos.

### **3.3. Entrevistas en Glasgow**

El siguiente corpus está conformado por cinco entrevistas realizadas en Glasgow, Escocia, en el periodo de tiempo de junio a agosto de 2021. El criterio para elegir a los entrevistados fue que se desempeñaran dentro de la industria musical o hayan participado en algún proyecto de investigación sobre el tema en dicha ciudad, lo cual les dota de autoridad para hablar de lo que sucede con las mujeres en ese campo profesional. Las preguntas se hicieron con base a los diferentes roles y ocupaciones que desempeñan las personas elegidas. La lista de preguntas fue diferente para cada caso particular y elaborada después de haber investigado sobre el puesto o labor en torno al tema que el entrevistado ha realizado.

En el caso del presente trabajo, la hipótesis que se busca comprobar mediante la información recabada en entrevistas es que, si Glasgow es la Ciudad de la Música, hay iniciativas para asegurar una mayor igualdad de género en la industria musical. Las entrevistas a las personas seleccionadas nos permitirán saber, por el conocimiento que tienen sobre el tema, porque lo han trabajado, o porque ellas mismas son, actores activos dentro del ámbito, saber si esta afirmación es verdadera o no y si la podemos encontrar materializada. En todos los casos, salvo dos, se contactó a los entrevistados por correo electrónico y las entrevistas se realizaron y grabaron en la plataforma Zoom.

La primera entrevista se realizó a Ian Smith, fundador de *Last Night From Glasgow*, sello discográfico independiente sin fines de lucro ubicado en esta ciudad. Su nombre viene de la canción *Super Trouper* del grupo ABBA. Tuvo su origen en 2016 y está basado en un modelo de *crowdfunding*. En una entrevista para el medio *The List*, Smith menciona que su objetivo era poner en marcha un modelo socialista para un sello discográfico que en un inicio nació como una declaración política más que musical.

Mediante una suscripción anual, a los usuarios se les envía por correo electrónico todos los lanzamientos de ese año a un mejor precio que la mitad del minorista y acceso gratuito a

todos sus eventos. Con este dinero adelantado, LNFG produce sesiones de estudio, promoción e impresión de discos. Al artista se le exige que entregue 400 de esas copias para enviarlas por correo.

Siendo un ávido apasionado a conciertos, vinilos y la escena musical en general, su aporte social fue dirigido precisamente a la industria musical.<sup>191</sup> Este enojo y desaprobación venían del resultado del referéndum de independencia escocesa en 2014, de manera que esta iniciativa se unió a los activistas de las artes para canalizar el malestar en algo positivo. El propósito de LNFG es hacer las cosas más justas, equitativas y amables.

En una industria que se mueve por intereses comerciales más que por lo artístico, el sello busca ofrecer más oportunidades. A pesar de depender de la caridad y apoyo que puedan obtener, el sello ha lanzado más de 20 álbumes y más sencillos de artistas como Carla Easton de TeenCanteen, Annie Booth, Broken Chanter, Lemon Drink y Life Model.

Sobre las cuestiones de género en esta industria, Smith menciona que todavía es muy misógina, pero, aun así, ha habido público tanto para hombres, como para mujeres. Dentro de las bandas que LNFG promueve, tres están conformadas por mujeres y 5 o 6 de esas tienen una integrante mujer. Han adoptado la política de que, del 100% de artistas que tengan interpretando, 50% son mujeres y 50% hombres. Ya sea que las mujeres sean bateristas, cantantes, bajistas o que ocupen cualquier posición en una banda, si la población es de 50-50, esto se debe reflejar en las personas involucradas en la música.

El fundador afirma que no son discriminatorios en ningún sentido; con esto se refiere a que no se negarían a firmar con una banda que no tenga integrantes mujeres ni se sentirán más inclinados a firmar con una que sí las tenga. Tiene que haber un balance. Esto depende únicamente del talento, del cual hay mucho y no es difícil encontrarlo. Las formas de llegar a los nuevos talentos son varias. Puede ser que ellos mismos tocan la puerta del sello, lo contactan por correo electrónico, por recomendaciones o porque los vieron en algún concierto, entre otras circunstancias.

Para él siempre ha habido una contraparte femenina para todo gran artista masculino. Como ejemplos menciona que cuando había un Bob Dylan, había una Joan Baez, cuando

---

<sup>191</sup> Pollock, David. *Last Night From Glasgow's Ian Smith: 'In an industry controlled by conglomerates, I wanted to put forward a socialist model for a record label.* Artículo publicado en The List, el 15 de diciembre de 2019. Consultado en línea en: <https://www.list.co.uk/article/113336-last-night-from-glasgows-ian-smith-in-an-industry-controlled-by-conglomerates-i-wanted-to-put-forward-a-socialist-model-for-a-record-label/>

había un Tom Waits, había una Rickie Lee Jones. La diferencia fue que sus sellos discográficos no fueron misóginos en una industria que en su mayoría todavía lo es. Aquí menciona que, cuando al promotor de conciertos más grande en Glasgow, que organiza un festival cada año, le preguntan sobre la división igualitaria entre hombres y mujeres en el evento, él responde que no hay suficiente talento femenino en el mundo.

Smith claramente desapruueba esta creencia, ya que, desde su perspectiva, al menos en los últimos cuatro años los mejores álbumes han sido hechos por mujeres. Menciona que se le dificulta pensar en un disco hecho por un hombre tan bueno como los últimos hechos por Lana del Rey y Taylor Swift, por mencionar algunas. De igual manera crítica que los artistas que encabezan los festivales están pensados para atraer a la audiencia a la que quieren vender boletos, la cual a menudo son hombres jóvenes o una que no está interesada en la obra creativa femenina. Por esta razón es que no ponen a mujeres en los primeros puestos de los carteles. Menciona que hay más probabilidad que encabecen, por ejemplo, Liam o Noel Gallaher, cuando hay mujeres fenomenalmente talentosas ahí afuera. Y el motivo por el que no son contratadas es porque la industria musical aún cree que los hombres venden más álbumes, boletos para conciertos y que son también hombres los que asisten más a conciertos.

Si se siguen poniendo hombres al frente, se seguirá atrayendo a más hombres, por lo que, si pones a mujeres al frente, atraerás a mujeres. Para él funciona de una manera que va de la mano del sentido común: Si se quiere atraer una audiencia del 100%, no se puede ignorar a la mitad de la población. Cuando se le preguntó si era un gran fan de la música hecha por mujeres, menciona que el solo hecho de celebrar bandas que están conformadas por mujeres es ridículo. Hay que cambiar esa mentalidad de que algo hecho completamente por mujeres es “exótico” y hay que destacarlo. No sucede lo mismo con bandas de varones.

Él se considera un gran fan de la música en general; no hay preferencia de un género sobre otro, hay buena música por todos lados. LNFG comenzó hace cinco años y fue por la motivación de apoyar a una banda conformada por cuatro chicas a lanzar su primer álbum. Después de eso hicieron más proyectos musicales con mujeres que hombres y en los últimos dos años han empezado a trabajar con artistas y bandas de ambos géneros históricamente más establecidas.

Respecto a si cree que Glasgow es una ciudad con las características para florecer en la escena musical, Smith responde que sí cree que tiene el potencial, pero el problema es que

las personas que controlan lo que pasa en la escena son muy corruptos, únicamente enfocados a sus propios intereses y no hacia lograr una relación en donde todos se beneficien. Como se mencionó antes, si el mayor promotor de conciertos de la ciudad y otras grandes compañías son profundamente misóginas, es muy probable que disqueras u otras empresas/iniciativas emulen ese comportamiento. Sobre algunas posibles soluciones a este problema, Smith cree que la única manera es a través de cambiar la propia mentalidad y comportamiento.

No podemos forzar a nadie a que cambié, solamente podemos dar nuestro ejemplo. Como respuesta a la pregunta de que, si se considera un entusiasta del feminismo, él cree que es un concepto difícil de definir, pero sí cree en equidad de género, racial y en todo aspecto de la vida social. En el estudio también se encontraba Gary Sloan, quien es otro directivo de LNFG. Él dijo que como hombre no pueden llamarse feminista, pero ambos coincidieron en ser solidarios a los ideales feministas. También mencionaron que la misoginia no siempre viene de hombres, que entre mujeres hay prácticas que se deben erradicar. Al final mencionaron que LNFG apoya a los buenos músicos, sin importar su género.

Esta entrevista fue la única realizada a un hombre para conocer su perspectiva sobre las mujeres en la música. Al menos en su sello discográfico, es interesante saber que inició su producción para una banda de mujeres. Con una personalidad tranquila, respetuosa y fotos de las bandas con las que han colaborado en las paredes del estudio, ambos fundadores se pronuncian y actúan de acuerdo a la convicción de que el talento está igualmente dividido entre hombres y mujeres. Su sello discográfico tiene las puertas abiertas para ambos.

La segunda entrevista se realizó a Fiona Shepherd, periodista musical y guía en Glasgow Music City Tours, que surgió como iniciativa para dar a conocer la rica historia musical de Glasgow. Consiste en visitas guiadas a pie que trazan una ruta por los puntos de referencia musicales más icónicos desde los viejos tiempos, como el Apollo, hasta los lugares de moda de la escena musical actual. Exploran las sedes más notables y anécdotas de intérpretes legendarios que han estado de paso, permanecido y hecho música en la ciudad escocesa.

Los cinco tours son: Merchant City; que va del Britannia Panopticon, salón musical más viejo del mundo, hasta la sala de conciertos y baile Barrowland. Music Mile Tour, que visita varias de las sedes favoritas de los melómanos en Glasgow, historias y mitos musicales. Scottish Trad Trail Tour; Dinner & Folk Music; enfocado a la escena musical folclórica de Glasgow y cena acompañada de música en vivo con músicos locales y emergentes y el Tour

Musical en Edimburgo; que cuenta historias de músicos que se han presentado en la capital de Escocia.

Sus guías se definen como entusiastas de la música. Desde fans, intérpretes y escritores, su personal se desenvuelve en el ámbito cultural de Glasgow. De esta manera, se realizó el Music Mile Tour para contactar a Fiona Shepherd y concertar una entrevista. Ella es periodista musical establecida en Glasgow, crítica de música y co-Fundadora y co-Directora de Glasgow Music Tours.<sup>192</sup> Por sus 35 años asistiendo a conciertos y haber escrito sobre la escena musical local y más amplia desde 1990, es la principal crítica de rock y pop de Scotsman. Escribe también para Scotland on Sunday, la revista del festival de Edimburgo y The List.

Fiona cuenta en la entrevista que fue en su adolescencia temprana (12 años) e inicios de la secundaria, cuando se dio cuenta que tenía una conexión muy especial con la música. A esa edad aun no sabía que su carrera profesional tendría que ver con la música, pero la pasión ya estaba ahí. Otras de sus dos pasiones eran escribir y el idioma inglés. El siguiente paso era combinar las tres y convertirse en periodista musical. En esos años supo que ese sería su trabajo ideal.

Aunque sabe la importancia de tener referentes que hayan hecho antes lo que tú quieres hacer, para que te animen y te digan que puedes hacerlo, ella no las tuvo y le bastó ir a la universidad. Fue algo destacable ya que señala que la gente de su edad, a inicios de 1950, fueron la primera generación en tener educación superior. Sus padres dejaron la escuela sin ningún título, pero ella nunca creyó que sería imposible para ella ir a la universidad. No necesitó un ícono o figura de inspiración. Simplemente lo hizo.

Quizá lo más parecido a eso fue leer una revista de pop llamada Smash Heads en la que participaban mujeres escritoras. De manera consciente nunca pensó “si esa persona puede hacerlo, significa que yo también puedo”, pero admite que es posible que haya influenciado a nivel inconsciente. Sobre la representación actual de mujeres en la industria musical, ella piensa que aún hay muchas mejoras que hacer. Menciona que hay ciertas áreas donde las mujeres se desenvuelven mucho más como relaciones públicas, mientras hay otras que están

---

<sup>192</sup> Sitio oficial de Widedays. Scotland’s Music Convention. Speaker Profile: Fiona Shepherd. Consultado en línea en: <https://www.widedays.com/fiona-shepherd>



dominadas casi en su totalidad por hombres, como los equipos técnicos, tour managers, ingenieros y productores de estudio.

Ella cree que aún queda un largo camino por recorrer para lograr la equidad de género, por ejemplo, en términos de artistas por género. Menciona el género country que, como se revisó en el capítulo pasado, cuenta con una representación relativamente grande de mujeres autoras, intérpretes y músicas, a comparación de géneros como el heavy metal donde la representación femenina es poca o casi nula.

Ella apoya la iniciativa de 50%-50% para lograr un equilibrio de género en la industria, pero eso no significa que a toda costa se tenga que cumplir esa cuota. Se debe lograr que toda mujer que quiera estar involucrada en la industria musical sea capaz de hacerlo. Quizá no habrá un balance exacto de género, quizá algunas mujeres quieran estar envueltas en ciertos roles o en otros, pero el ideal es asegurar que cada mujer que le interese ser parte de la escena musical encuentre las condiciones/oportunidades para hacerlo.

Sobre la creación de Glasgow Music Tours, cuenta que fue idea de su colega Jonathan, quien estaba interesado en hacer ese negocio y le pidió a ella, como periodista musical, que fuera la guía. La idea de presentarse ante al público para hablar del tema que le apasiona le atrajo y, junto a otra colega, Alison, crearon el negocio de visitas musicales guiadas. Las mayores satisfacciones que le ha traído este trabajo es conocer a los clientes, verlos disfrutar los tours y tener un buen momento de convivencia.

Lo más difícil y frustrante es construir audiencia y crecer en términos monetarios porque el turismo musical es bastante nuevo y Glasgow no es como Liverpool que puede solo hablar de Los Beatles y la gente irá. Ellos reciben ayuda de Glasgow Life, People Make Glasgow y Visit Scotland, pero aun encuentran difícil el tema de lo económico. Para organizar los tours, se dieron cuenta que la mejor forma de contar la historia musical de Glasgow era a través de sus recintos de concierto. Otros tours musicales enseñan las viviendas de artistas y eso no es posible en Glasgow. Las principales salas de concierto en esta ciudad son King Tut's Wah Wah Hut y Barrowland, que no están cerca una de la otra, por lo que se optó por crear dos tours y rutas separadas.

Como periodista musical, los criterios que toma en cuenta para decidir si un artista o banda es buena, se basa en una buena reacción. Por supuesto tiene que haber un grado de objetividad, por difícil que sea, ya que una reseña es una opinión cargada de subjetividad. Un

periodista no simplemente puede descalificar algo, hay que justificar por qué no funciona. Esto ocurre también a la inversa, un periodista puede hacer una buena reseña de un artista que no es de su agrado, pero si ofrece un espectáculo y se comunica bien con su audiencia, hay que reconocerlo.

Sobre recibir actitudes o tratos negativos en razón de género, ella menciona que al menos conscientemente nunca ha recibido nada malo; pero considera que es posible haber sufrido discriminación sin haberse dado cuenta. En su carrera, nadie la ha intentado detener ni ha sufrido actitudes machistas. Como mujer y no como periodista musical, ha sufrido acoso en conciertos, pero realizando su trabajo no ha tenido que pasar por circunstancias así.

Fiona Shepherd se considera feminista, pero después de pensarlo un poco, dice que cuando le pones una etiqueta a algo, para ti puede significar una cosa, pero no para otra persona. En términos de apoyar la equidad de género, como ideal feminista, sí apoya al movimiento, que considera que no se mantiene en avanzando en línea recta, sino que puede dar un paso adelante y otro hacia atrás. Es por eso que siempre hay que estar atentos a las formas de involucrarnos y ayudar a mujeres a construir su confianza y ayudarlas a desarrollar habilidades para hacer algo.

Unas formas en las que aporta desde su campo es en sus calificaciones. Aunque no necesariamente hay balance de género 50-50 en lo que ella cubre, siempre trata de que haya al menos una mujer en sus reseñas de álbumes, mientras su propuesta musical sea interesante para el público. No hay excusa para no tener representación de mujeres.

Para seleccionar la música sobre la que escribirá, sobre todo en *The Scotsman*, se hace una discriminación positiva dentro de los artistas escoceses. No solo cubren artistas de Escocia, sino de todo el mundo, pero dan preferencia a sus nacionales. Si hay una banda establecida en Escocia, no tienen que ser muy conocidos para que los cubra. Para las reseñas de álbumes es una mezcla de grandes nombres conocidos como por ejemplo Madonna, y un artista o grupo escocés no tan conocido, pero que proponga algo nuevo, como el ejemplo de la reciente cobertura que dio al disco de Rebeca Vasmant, una DJ de jazz en Glasgow.

Lo que les diría a las nuevas generaciones de mujeres que quieran dedicarse a lo mismo que ella es que lo hagan, pero tomando en cuenta que el periodismo musical no es tan bien pagado. Hace 30 años que ella empezó era muy diferente, pero en la actualidad con el crecimiento de lo digital, el panorama ha cambiado bastante. Por lo que ha visto, menciona

que la forma de hacerlo quizá es por medio del emprendimiento para monetizar lo que te gusta hacer.

Como una mujer que no tiene hijos, el tiempo y la conciliación de la vida profesional/personal no han sido un problema, pero reconoce que no importa cuán progresistas seamos, todavía son las mujeres las principales proveedoras de cuidado en las familias. Esto podrá hacer que sus carreras cambien o terminen cuando tengan hijos. Ella considera que en la industria musical y de medios es muy complicado lograr ese balance.

Recomienda a Nicola Meighan, quien tiene hijos y una carrera exitosa en la industria musical, en la que empezó trabajando para una disquera en Londres, luego volvió a Glasgow para seguir como promotora musical y por último como locutora en BBC Radio Scotland. También menciona el ejemplo de Paloma Faith, cantante británica que un día tiene un documental, en el que mostró que llevó a su hija a un tour y las dificultades que esto trajo consigo.

La siguiente entrevistada es Vicky Brown, curadora de la exhibición *Rip It Up: The Story of Scottish Pop*. Ella trabajó con Stephen Allen, consultor de museos y Sarah Teale, quienes gestionaron el proceso general de desarrollo de la exposición y Laura Bennison que trabajó en la investigación. Se llevó a cabo del periodo que comprende del 22 de junio al 25 de noviembre de 2018 en el Museo Nacional de Escocia que se encuentra en su capital, Edimburgo.

En la entrevista, Vicky Brown aclara que es curadora asistente en el departamento de Historia y Arqueología en National Museums Scotland. En este proyecto musical su labor fue brindar apoyo curatorial. Stephen Allen era el jefe del programa de aprendizaje y también un gran fan de la música. Él había sugerido esta exposición antes, pero por su naturaleza inusualmente contemporánea, no se había puesto en marcha. Ella también se declara como una gran apasionada de la música y de ese gran interés mutuo, surge la unión para crear la exhibición.

De una propuesta de esquema inicial de Stephen Allen, moldeada en talleres internos y consultas a audiencias potenciales, se construyó la narrativa principal y las bandas y artistas que formarían su contenido. La exposición tenía el objetivo de mostrar los aportes de la música pop escocesa y qué es lo que la hace diferente. La tendencia es que las áreas con experiencia curatorial usen los objetos que tienen en su propia colección. La música

contemporánea en Escocia no estaba reflejada en sus colecciones de objetos ni en la de otros museos. Esta fue la mayor dificultad que tuvieron en el desarrollo de la exhibición. Por tanto, la manera de operar de Rip It Up fue acudir directamente con las bandas, artistas y coleccionistas para solicitar material prestado.

Así, el material llegaría con historias personales y más información valiosa. Los desafíos eran los procedimientos de préstamos, las diferentes ubicaciones geográficas de los prestadores y asegurarles que los objetos estarían cuidados a la altura que se espera de un museo nacional. La exposición cuenta con, por ejemplo, recuerdos del garaje de Eugene Reynolds de Rezillos, banda escocesa de punk/new wave y el abrigo que Midge Ure, músico escocés usó en el video Vienna, por mencionar algunos. Si bien no todas las bandas/artistas se representaron con objetos, todas estuvieron representadas mediante audiovisuales, música, gráficos y fotografía.

Aunque fueron muchos los involucrados en el desarrollo de esta exhibición, desde músicos, expertos de la industria, escritores, académicos y entusiastas, en la página oficial del Museo se mencionan algunos ejemplos notables de ayuda externa. Por ejemplo, Ronnie Gurr, quien tiene antecedentes como agente de bandas, quien les ayudó a conseguir préstamos de altos perfiles y a negociar con la industria musical.

Kevin Buckle de Avalanche Records, quien estaba desarrollando una idea de un Centro de Exhibición Permanente de Música Pop escocesa y proporcionó contactos, material de los 80, incluida una guitarra que estuvo en bandas como Josef K de post-punk y Orange Juice y Nu-Sonics de new wave. El periodista Neil Cooper y Bruce Findlay, exgerente de Simple Minds y propietario de la tienda de discos del mismo nombre.<sup>193</sup>

El resultado fue tener más de 80 prestamistas que contribuyeron con más de 500 objetos, muchos de los cuales nunca habían sido exhibidos. De esta forma, Rip It Up ofrecía algo nuevo e interesante al público. Para efectos de este trabajo, se mencionarán a las mujeres escocesas que se presentaron en esta exposición y que tuvieron renombre mundial: Fay Fife, cantautora de la banda The Rezillos, Clare Grogan, actriz y vocalista de la banda Altered Images, que vivió su transición de new wave a un pop brillante de los 80's, Annie Lennox,

---

<sup>193</sup> Allen, Stephen. Putting together Rip It Up: The Story of Scottish Pop. Disponible en línea en el sitio oficial de National Museums Scotland: <https://blog.nms.ac.uk/2018/06/15/putting-together-rip-it-up-the-story-of-scottish-pop/>

cantante y activista, KT Tunstall, cantautora, Shirley Manson, canta-autora y vocalista de la banda de rock alternativo Garbage.<sup>194</sup>

Usualmente estaría un curador con un departamento curatorial y asistentes trabajando en ello, pero en su lugar estaban ella y Stephen guiados por su pasión por la música. Describe la experiencia de haber trabajado ahí como muy divertida. El tema de la música en Escocia desde 1950-60 a la fecha y su impacto a nivel global no había sido cubierto antes, por lo que organizarla parecía un reto interesante. Tuvieron que construir relaciones con los músicos y su equipo de representantes para asegurar el préstamo de objetos.

Ante la pregunta de por qué era importante para ellos documentar la historia musical escocesa, ella responde que la cultura juvenil, la fuerza de la cultura pop es algo que se conoce, pero no se puede tocar. Mediante estos objetos ellos buscaron representar dicha cultura en algo tangible para el público. Se buscaba lograr donaciones permanentes que reflejaran ese aspecto de la vida. La música es universal y para ella la cultura pop es fascinante. Todos tenemos recuerdos con música, conciertos, baile, por lo que construir una documentación de la cultura pop contemporánea escocesa fue una idea muy motivadora.

Para ella, el legado de la música escocesa es masivo. Tienen una interesante síntesis de música folk y pop en Escocia. Menciona que su música folk fue exportada a nivel mundial, de manera natural, sin haber sido colonizada. Escoceses que migraron a América la llevaron allá y luego esta nación la exportó de regreso con blues y pop. La música toma influencias de afuera y de esta forma se reinventa. También considera que es un país que constantemente produce música de forma independiente.

Sobre la presencia de las mujeres en la exhibición, Brown menciona que fue dándose sobre la marcha. La primera mujer que incluyeron fue la cantante escocesa Lulu, quien era muy dinámica y ganó el concurso Eurovision Song. Después está la banda de punk The Rezillos, de Edimburgo, liderada por Fay Fife, quien también era diseñadora de modas, con la imagen y personalidad adecuada para estar al frente de una banda. KT Tunstall es otra de ellas, a la cual describe como una música consumada con un gran sentido de identidad, entre otras asombrosas compositoras.

---

<sup>194</sup> NationalMuseumsScotland en Youtube. *Rip It Up: A tour of the exhibition with Stephen Allen* [vídeo] 2018. Disponible en línea en: <https://www.youtube.com/watch?v=Zf6BRL4tCJs>

Ella afirma que mujeres y hombres en la exposición fueron retratados en parte por igual. Algunas preguntas frecuentes a las que se enfrentaron fueron por qué no incluyeron a tal músico o banda, lo cual dependió de la disposición de construir la relación museo-artista de la que se habló antes y del tiempo. Se trabajó mucho por conseguir una buena selección de músicos. La exhibición pudo haber sido cuatro veces más grande y aun así llenaron el espacio más grande de exposición del que pudieron disponer.

Menciona el ejemplo de la que fue probablemente la estrella mujer más grande e internacional que aparece en la exposición, Shirley Manson de la banda Garbage. Ella fue muy generosa con su tiempo y se mostró muy emocionada de ser parte de la exposición. Eso fue muy gratificante; ya que es considerada un ícono. Aquí hace la acotación de que, reconociéndose ella como una gran fan de la música, conocer ídolos, fue un trabajo muy emocionante.

Menciona que siempre estuvieron conscientes de la equidad de género. Nunca pensaron algo como “tenemos demasiados músicos hombres”. A través de los géneros folk, pop, rock, ellos intentaron reflejar bandas significativas para Escocia y el mundo y no en razón de género. Hubo más bandas de hombres representadas, pero no porque estuvieran enfocados en bandas masculinas, sino porque fue más fácil contactarlos. Parte del proceso de selección fue un entendimiento del desarrollo del pop y rock en Escocia. Tuvieron diferentes edades y gustos musicales en el staff trabajando en el desarrollo de la exhibición, los cuales les permitió no pasar por alto ningún factor de diversidad importante.

Las decisiones se tomaron en sesiones de lluvia de ideas. También se tomó en cuenta si los miembros del staff tenían conexiones con músicos, agentes o participantes de la industria. Las elecciones de artistas y bandas se llevaron a cabo principalmente gracias al *networking*. Las cualidades que tenían en común las mujeres de la exhibición, de acuerdo a Brown, son formidables y que transmitían una fuerte confianza en sí mismas.

Eran mujeres fuertes, independientes, valientes y orgullosas de ser quienes son. No les da miedo hacer que se escuchen sus voces. Ella cree que, si bien no puede hablar por todo el mundo, en Escocia hay cuestiones políticas y sociales que hacen que la música de las mujeres sea menos conocida. Las mujeres aún tienen que luchar por espacios donde sean escuchadas y tomadas en serio. Ya sea por política, religión u otras cuestiones sociales alrededor del mundo, aún hay factores que afectan cómo las mujeres son recibidas. Pone el ejemplo que,

cuando hombres jóvenes forman una banda, está visto como menos radical o hasta natural, que si un grupo de mujeres hace lo mismo.

Las bandas comúnmente se conforman de chicos que han aprendido a tocar juntos. Hay muchas mujeres jóvenes que toman la guitarra y empiezan a aprender y escribir música. Son estas mujeres que empiezan a formarse en solitario las que ganan confianza para después formar y liderar bandas con sus propias canciones. Tradicionalmente era más fácil que hombres se juntaran en una banda y las mujeres fueran solo audiencia, pero esto está cambiando. Hay más oportunidades para niñas de involucrarse en la música.

Ella considera que el éxito de las mujeres en la música depende de las circunstancias personales, pero que una constante es el trabajo duro dentro de la industria. Como KT Tunstall que enfocó sus esfuerzos en la periferia de la industria y no dentro de ella como tal, haciendo conciertos, relacionándose. Hay que tener determinación para tomar oportunidades. Está el ejemplo de Shirley Manson que formó una banda indie escocesa antes de unirse y tener mucho éxito en una banda americana. Ella afirma que el éxito viene de una mezcla de suerte, oportunidad y trabajo duro. Es igual para hombres que mujeres, aunque reconoce que es un poco más difícil para las mujeres.

De acuerdo a lo que ha podido ver, la industria musical en Escocia, sus estudios y compañías discográficas están más abiertas a la equidad. No obstante, pese a que no pertenece a la industria musical, entiende que ese mundo se maneja por contactos más que por talento. Las mujeres tienen que trabajar más para hacer su arte y ser tomadas en serio. Durante el periodo que cubrió la exhibición, pudo ver cambios para las mujeres en la música. Por ejemplo, cita la historia de la primera mujer incluida en la exposición, la cantante Lulu que tuvo que irse a Londres, cambiar su acento y presentarse de cierta forma para ser aceptada a través del país. Para ella la discriminación fue de nacionalidad y no de género.

Esto lo pone en contraste con KT Tunstall, que con su acento escocés goza de libertad artística y éxito a nivel mundial. Las mujeres hoy pueden escribir e interpretar no solo desde la tradición folk con su guitarra como en los 50-60, sino que ahora lideran bandas de rock. Sobre mujeres en otros roles aparte de cantantes, ellos cubrieron el estudio de grabación escocés Chem19 donde hay mujeres productoras y Emma Pollock, quien canta y escribe sus canciones. Faltó tiempo y espacio.

Vicky Brown menciona que su abuela fue una sufragista, quien murió con más de 100 años de edad. Su madre y hermana fueron criadas con mucha autoconfianza. Viene de una familia de mujeres muy fuertes. No sabe si llamarse feminista, pero cree en las mujeres, cree en la igualdad. Cree que todos merecen igualdad de oportunidades y que nadie debe ser juzgado con base en su género.

Después reflexiona sobre el término industria musical, que por incluir la palabra “industria”, sugiere trabajo duro, aunado a lo que se sabe de la revolución industrial. Es un término que se usa para unir varios procesos de trabajo en uno, como “industria del entretenimiento.” Mujeres y hombres jóvenes de los años 50 a los 70 unieron a esta industria dirigida por gente de negocios. Estudios discográficos tenían el poder sobre la creación artística y mucha gente fue explotada.

Gente joven e ingenua firmaba contratos y se ataban a una compañía disquera. Ahora hay más facilidades. La gente puede lanzar su música en Internet, escribir y grabar en sus casas y en general hay más accesibilidad y posibilidades creativas sin necesariamente pertenecer a la industria. Ella les dice a las mujeres jóvenes: ¡Hazlo y nunca ocultes tu talento ni tu luz! Aprovecha al máximo las habilidades que tienes. Respecto a los referentes femeninos actuales en la industria musical, ella cree que hay muchos modelos positivos.

La gente toma a los músicos como modelos a seguir y es muy bueno que la gente esté dispuesta a hablar. Hay una línea de pensamiento en UK que dice que, si estás dentro de la industria del entretenimiento, no estás involucrado en la política y no debes pronunciarte sobre asuntos sociales y solo ser un intérprete. Pero ella cree que si estás en una posición donde tienes una voz y puedes usarla para que muchos te escuchen, hay que hacerlo. Cree en el poder de los referentes ya sea en la música, teatro, política o cualquier arte.

Las mujeres que ella escucha son Kate Bush, cantautora británica, Emma Pollock, cantante escocesa. Reconoce que su banda favorita es Radiohead. Por último, menciona a la cantautora irlandesa Lisa O’Neill, a quien describe como una escritora y voz única y asombrosa. Sobre Glasgow como Ciudad de la Música, ella cuenta que hay una competencia entre Glasgow y Edimburgo, pero que el ayuntamiento de Glasgow ha sido más solidario con sus músicos establecidos.

Desafortunadamente, el Ayuntamiento de Edimburgo en los recientes años, incluso antes de COVID, rechazaba muchas solicitudes de licencia para música en vivo en pubs, contrario



a lo que sucedía en Glasgow, la cual tiene muchas y pequeñas sedes para concierto. Edimburgo tiene unas sedes grandes y fantásticas, lo cual no es muy bueno para sus artistas emergentes que quizá aún no tienen un público tan grande. En ese sentido, Glasgow merece el título por el hecho de que el ayuntamiento y la escena musical han sabido trabajar juntos para crear más oportunidades.

La música para ella significa todo, aunque no toca ningún instrumento y según ella canta mal. Es memoria que te puede transportar a través de los años al pasado. Una canción puede llevarte a otro lugar y tiempo. Es un soporte emocional que puede hacerte sentir bien y ayudarte a combatir la tristeza. Una herramienta emocional mágica. Su hijo toca la guitarra y en general se rodea de músicos. Considera mágico el hecho de tocar un instrumento y sacar algo tan bello como una melodía de un objeto inanimado. Es vida y cada generación tiene música con la que identificarse.

La siguiente entrevista es a Samantha McShane, del Conservatorio Royal de Escocia. Esta institución, que existe desde 1847 en Glasgow, es un centro de educación nacional e internacional de excelencia en artes escénicas. En 170 años ha experimentado un crecimiento como una institución interdisciplinaria y colaborativa clasificada dentro de las 10 mejores escuelas de artes escénicas del mundo por QS World Ranking de 2016 a 2018. Samantha McShane, música formada en este conservatorio, regresó a su alma máter 8 años después de haber egresado para encabezar el equipo de planificación artística de este centro educativo y la curación de eventos del mismo.

A la pregunta de cómo llegó a dedicarse a algo relacionado a la música, ella responde que estaba muy comprometida a ella desde sus años adolescentes. El punto decisivo fue un año antes de entrar a la universidad, ya que en ese momento se dio cuenta de que era posible para ella tener una carrera en orquestas y ensambles. En ese momento se interesó en la presentación. Como freelance participó en varios proyectos como la orquesta nacional de Escocia, orquesta sinfónica escocesa de la BBC, entre otros.

La razón por la que se interesó en el lado administrativo de la música fue porque tuvo un problema con su ejecución. Decidió que necesitaba otra opción para continuar en la música. En ese punto empezó a hacer pasantías para ganar la mayor experiencia posible en la gestión de artistas. Se fue a Londres y trabajó con artistas del IMT, le pidieron volver a la Orquesta

Nacional Royal de Escocia y ahí supo cuál era su rol. Siempre ha amado la música, en todas sus formas.

Predominantemente ha trabajado en lo relacionado a la música clásica, pero uno de sus trabajos fue un proyecto que colaboraba con diferentes géneros musicales. Ahora canaliza su pasión musical en crear mayores audiencias, ampliar el acceso a ella. La música es su primer amor, pero hay muchas cosas que hacer para volverla más accesible.

Ella define la industria musical como un colectivo de personas creativas con ideas afines que son apasionados y juntan sus esfuerzos para permitir que la música llegue a las audiencias. Eso incluye a los artistas, al personal detrás del escenario, el equipo técnico y todos los que hacen posible la creación musical, acceso y consumo en las audiencias. Su trabajo como jefa de planificación artística en el RCS consiste, además de la gestión de artistas y creación/ampliación de audiencias, en proveer a los estudiantes de las herramientas que necesitan para obtener un título en música. Su rol en ese objetivo es brindarles oportunidades de presentación.

Esto significa que ella crea proyectos de orquesta, trae artistas invitados y conductores para trabajar con los estudiantes, para que tengan una idea de cómo es ser activos en la industria cuando salgan de la universidad. Otra de sus funciones es invitar a artistas escénicos para tocar o presentar sus proyectos ante el público y supervisar las asociaciones profesionales en Escocia y otros países que ofrecen a los estudiantes experiencia profesional y retroalimentación para prepararlos antes de entrar a su primer trabajo oficial. Entre estas experiencias se encuentra la organización de eventos de alto perfil.

Por mencionar un ejemplo, ella cuenta la ocasión en que llevaron a los estudiantes del RCS al palacio de Buckingham para presentarse ante al príncipe Charles, el gobierno y parlamento escocés. Ella supervisa todo el proceso desde la concepción de la idea hasta su ejecución final con el equipo que tiene. Samantha considera que para que un performance sea un éxito, una parte principal del proceso es conocer y tomar en cuenta las necesidades del artista y la audiencia.

La planeación implica agendar a grandes artistas en dos o tres años a futuro, pero también reaccionar a lo que está ocurriendo en la industria hoy.<sup>195</sup> Hay que estar al tanto del aspecto

---

<sup>195</sup> Sitio oficial del Royal Conservatoire of Scotland. *Spotlight on Samantha McShane*. Disponible en línea en: <https://www.rcs.ac.uk/review/spotlight-on-samantha-mcshane-head-of-artistic-planning/> Consultado el 3 de enero de 2022.

operativo y la mercadotecnia. Trabajar muy de cerca con los artistas y entender su concepto, para entender lo que quieren lograr. A través de la estrategia de marketing, saber a qué audiencia quieres atraer, a quién está dirigido. Mucha gente podría responder “a todos”, pero para cada evento hay una audiencia específica en la cual hay que enfocarse.

La pregunta ¿para quién va esto? es clave para alcanzar comunidades a las que normalmente no se llega y de esa forma se diversifiquen las audiencias y crear enganchamiento con dichas comunidades. Entender qué quieren escuchar más, entender por qué asistieron al evento. La comunicación en general es una parte clave para asegurar el éxito en una presentación, para entender las necesidades del artista y apoyarlos operativamente en todo.

Acerca de las partes más satisfactorias y negativas de su trabajo, ella responde que es poder ver los resultados finales de un proyecto y la evaluación de la audiencia y de los mismos artistas. De ellos se obtiene retroalimentación y así se conocen las áreas que se necesita mejorar. Siente una gran satisfacción al saber cuáles son exactamente esas áreas de mejora y enfocarse en ellas para la próxima vez. Encuentra satisfacción en ver la alegría y los grandes momentos que solo pueden dar las presentaciones en vivo a las audiencias.

Parte de su trabajo también es asegurar que los artistas tengan un gran momento mientras hacen su trabajo, crear el ambiente para hacer una experiencia disfrutable para ellos. Las partes negativas serían la carga excesiva de trabajo para hacer que un espectáculo sea de calidad y exitoso en todo aspecto. Junto con su equipo tienen periodos de trabajo tiempo completo. Hay momentos en los que piensa para sí misma que eso es insostenible, porque incluso trabaja en días festivos. A través de otros colegas de la industria musical, se dio cuenta de que el compromiso de tiempo y la dedicación requerida a veces es demasiado y la mayoría se queja de eso.

Sobre el proceso de selección y organización de eventos y si hay estrategias para asegurar igualdad de género, ella responde que tienen eventos internos y en ocasiones otras personas externas les piden organizar eventos y ambos funcionan de diferentes maneras. Toma como ejemplo un proyecto que organizaron en etapas. Lo primero fue tener una junta creativa para discutir sobre qué era el proyecto, el cronograma de trabajo para el proyecto: cuál es el plazo de ejecución, cuánto tiempo para ensayar.

Se discutió el tipo de equipo creativo más amplio y exacto que estaría involucrado, el equipo de producción y asegurar la integración de cada uno de estos equipos. Después de ahí se aseguran que los músicos y la gestión de la presentación en general sea correcta. Si se llevará a cabo en una sede externa, se ponen en contacto con ellos para discutir fechas para la presentación, tiempos de ensayo, si se necesita algún tipo de configuración técnica.

Una vez que se llega al punto de tener el proyecto completo, el siguiente paso es dialogar con el equipo de marketing para saber cuál será la estrategia para venderlo a las audiencias. Pasada esa etapa, se llega a la temporada de ensayos y afinar los detalles para la presentación. Esas son básicamente las etapas de organización de un evento. Sobre la igualdad de género, para ellos es un poco complicado observarla en sus estudiantes, ya que no hay proceso para asegurar que se tomará la misma cantidad de hombres, mujeres, personas no binarias y trans.

Ellos tratan de asegurar que haya igualdad de género. Están orgullosos de que, por ejemplo, en secciones como las de metales en una orquesta, que históricamente han estado más hombres tocando estos instrumentos, el año pasado tuvieron más mujeres al frente de esa sección. La diversidad de género encabeza su lista de prioridades cuando se trata de montar un espectáculo, no solo desde el punto de vista de un artista/intérprete, sino de quienes conforman el personal técnico, asegurando la igualdad de oportunidades.

Ella, como música de conservatorio, curadora de festivales y con conocimiento/experiencia en el sector musical en general, pero especializada en la música clásica, menciona que la cima de la cadena organizacional está cubierta predominantemente por hombres. Especialmente en el mundo de las orquestas, son hombres mayores de 40 años que han estado en la industria por bastante tiempo y tienen visiones muy tradicionales. Piensa que en la organización en general, hay igualdad de género, pero se debe trabajar en que haya más mujeres en la cima del árbol cuando se trata de organizaciones musicales, no solo en Escocia, sino en el Reino Unido en general.

Ella asiste a una conferencia anual de la Asociación de Orquestas Británicas y cada año señala lo siguiente: hay una falta real de equidad de género, pero tampoco hay diversidad en términos de etnicidad en las personas en la parte superior de la cadena. ¿Cómo se puede esperar ser diversos en su programación, si se tiene al mismo tipo de personas liderando estas organizaciones? Respecto a la pregunta de si cree que una mujer o persona que se identifica con el sexo femenino puede afectar su desarrollo en el sector musical, ella responde que en

su desarrollo profesional personal no ha sido así en términos de tutoría, apoyo y oportunidades de desarrollo.

Sin embargo, con frecuencia siente que entrar a un ambiente profesional como una junta o conferencia como mujer, sí afecta la forma en que las personas te tratan. Y a veces no solo por ser mujer, sino por la edad también; ella tiene 33 años. Ser mujer y rondar por esa edad definitivamente hace que hombres que están situados arriba en la cadena de la organización la traten de diferente manera. Ese trato se ve reflejado en la idea de que el sector de orquesta es un “old boys club” y se conforma de personas que han sido amigos por mucho tiempo y solo dan oportunidades a sus amigos, discuten cosas en privado.

Cree que en algunas ocasiones es una cuestión de edad; asumen que por ser joven la gente no sabe, en lugar de tener una mente más abierta. Samantha considera que eso pasa específicamente en la música clásica, en el mundo de las orquestas. Especialmente porque es bastante arcaico como género musical, esas injusticias tienden a pasar y considera que hay que seguir hablando de ellas tanto como sea posible. Ella cree que lo que hace falta para que las mujeres tengan más representación, carreras exitosas en la música y oportunidades de desarrollo profesional, es tener redes de contacto de mujeres.

Piensa que cualquier tipo de falta de igualdad es histórica. Por muchos años, los hombres han liderado y siguen liderando el camino. Lo que se necesita es intercambiar los papeles hacia el lado de las mujeres. Dar oportunidades específicas con el fin de que estén más al centro y tener más equilibrio gracias al apoyo femenino dedicado; las mujeres dentro de la industria, pueden ayudar a otras mujeres a tener oportunidad dentro de la misma. Ha visto cambios positivos en el trabajo de las mujeres en la industria musical. Ha podido observar que las personas ahora son mucho más conscientes de la brecha de género que lo que eran antes.

Esa consciencia siempre es algo positivo que traerá consigo más cosas positivas. Ha sido invitada a paneles conformados exclusivamente por mujeres para hablar de las mujeres en la música y esos espacios siempre son muy útiles. En términos de programación también ha habido un gran impulso en todo el Reino Unido para asegurar que haya igualdad de género.

En el ámbito de la música clásica específicamente es difícil porque hay que descubrir y promover mujeres compositoras y artistas. En el rubro de las compañías editoras musicales

en UK, de acuerdo al estudio *Counting the music industry*, 82% de los CEOs son hombres. Y en los diferentes géneros en estas mismas empresas, 30% de mujeres lideran en lo relacionado a la música en cine/TV, 25% en música clásica y 10% en música popular.<sup>196</sup> En su trabajo ella ha visto que la participación de las mujeres en roles que no han ocupado normalmente como cantantes, sino en otros puestos como la producción ha cambiado considerablemente y ahora hay más oportunidades para mujeres para desarrollarse en puestos históricamente dominados por hombres.

Como ejemplos: hay más mujeres estudiando producción en el RCS de lo que han tenido siempre. En el departamento de metales, como mencionó, ahora hay más mujeres. Probablemente esto sea porque hay más referentes de inspiración para las jóvenes, como la trompetista Alison Boulder. De cantantes ella cree que siempre ha habido un buen balance de mujeres en la industria. En la conducción ha habido más oportunidades para mujeres. Hay un programa fantástico en Londres para mujeres presentadoras y hay gente clave dentro la industria que las apoya. Hay muchas oportunidades para instrumentistas, básicamente para todo tipo de intérpretes.

Para ser exitosa en esta industria ella cree que una mujer necesita mucha seguridad, flexibilidad en términos de su compromiso con el trabajo y en su vida personal. Por ejemplo, si alguien trabaja en la industria musical, las probabilidades de que trabajará por las noches y los fines de semana son altas. Si una mujer tiene una familia, seguramente será difícil atender ambas partes. La seguridad es clave tanto para una mujer que se presenta ante el público, tanto si se encuentra en el área de gestión y tiene que asistir a juntas donde tendrá que hablar y negociar sobre tarifas y otras acciones. Se necesita tener una dirección muy clara sobre lo que se quiere lograr y si está en una posición de agente o gestor de artistas, se necesita tener empatía en el lado emocional, pero también la habilidad y la confianza de tener conversaciones difíciles.

Para ella, trabajar en un rol central ha significado estar rodeada de grandes colegas. Ella ha estado luchando probablemente desde sus inicios en esta industria con encontrar confianza en sí misma y sentirse capaz de lograr lo que quiere. En instituciones como el RCS puede ser bastante difícil que las cosas se muevan o hacer que algo pase porque hay muchas políticas

---

<sup>196</sup> Bain, Vick. *Counting The Music Industry: The Gender Gap. Summary of Key Findings*. Disponible en línea en: <https://vbain.co.uk/research>

involucradas y eso pasa en toda la industria musical. Fue difícil encontrar la habilidad de hacer que algo suceda. Hay que aprender a tener ambiciones en mente, pero también negociar con los diferentes colegas con los que se trabaja.

Lo más importante que se mencionó anteriormente es que se tiene que tener la mente abierta y flexible en términos de cómo haces las cosas. Se tiene que tener la habilidad de ver un desafío no como una barrera sino como una oportunidad de indagar en cómo superar ese reto. El ambiente de gestión de la escuela musical es predominantemente masculino. Al principio de la toma de su puesto a ella se le dificultaba expresar su propia opinión.

Se sintió ligeramente intimidada por personas que ocupaban posiciones similares a ella. Ahora ya no tiene ese problema y reconoce que esa creencia la retuvo un poco. Hace unos pocos años, comenzó a darse cuenta de que su opinión es tan válida como la de sus otros colegas en la misma posición que ella. Ese ha sido un reto significativo para ella.

Sobre experiencias negativas relacionadas al género ella menciona que un gran reto para ella es decir que no. Es el tipo de persona que alguien viene con una idea, se emociona y tiene muchas ganas de llevarla a cabo. Tuvo que aprender que su trabajo es muy ocupado y algunas veces tiene que volver a su lista de prioridades para recordar qué es lo más importante sin aceptar otros proyectos. A ella le gusta ayudar, pero al mismo tiempo mantener el enfoque es muy importante. Siempre toma muchas responsabilidades y ese es un gran desafío para ella y su equipo.

Entender que no puedes hacer a todos felices es una lección de vida que ha aprendido en este trabajo. Financieramente hablando, hacer que algo funcione dentro de unos parámetros muy estrechos puede ser difícil. Cuando no se tiene el presupuesto suficiente para un proyecto y hacerlo exitoso para todos los involucrados, se tiene que tomar la difícil decisión de pararlo hasta tener más dinero para realizarlo y las finanzas de las artes a menudo son difíciles. Todo el tiempo se tiene que evaluar qué es lo correcto para hacer con los recursos que se tienen.

Después de pensarlo unos segundos, ella responde que solo en ciertos sectores de la música, una mujer sí puede ser económicamente estable e independiente. Especialmente si se decide estar en la organización, marketing y gestión. Al principio es muy difícil para una mujer integrarse a la industria musical y vivir con un salario cómodo porque donde esté la industria del pop o música clásica, sobre todo en lo que está financiado públicamente, como las orquestas, los salarios pueden ser muy bajos. Es difícil ser capaz de encontrar una posición

en la que puedas trabajar y potencialmente subir la escalera. Menciona que ciertamente en instituciones musicales los salarios son más altos que en orquestas profesionales porque no tienen el mismo modelo de fondeo.

Samantha McShane no duda en afirmar que se autodenomina feminista. Entiende que hay muchas interpretaciones sobre esa palabra, dependiendo a quien le preguntes. A las niñas y mujeres jóvenes que quieren dedicarse a la música les dice que se preparen, que se comprometan completamente a la industria musical, al menos al principio. Que encuentren la seguridad y la pasión dentro de ellas para saber qué es exactamente lo que quieren hacer.

Si buscan una posición específica y no funciona la primera vez, aconseja seguir caminando y hablando con todos los que puedas en el sector y pregunta para obtener experiencia de trabajo en lo que se desee. Todo es sobre conexiones. Esto es para todo el mundo, pero especialmente en la industria musical; todos se conocen. Les aconseja prepararse para enfrentar caracteres y situaciones difíciles, pero también para encontrar una red de apoyo de personas a las que podrán acudir y ayudarán en su viaje.

Sobre Glasgow como la ciudad de la música, ella la describe como un lugar vibrante. Hay muchas orquestas, ensambles, la ópera escocesa y organizaciones en pro de la música clásica. También tienen una gran escena para la vida nocturna en Glasgow. Muchas bandas han iniciado aquí y luego se convierten en grandes nombres y referentes. Hay sedes fantásticas como el salón de conciertos de Glasgow, el Glasgow Hydro y más en el lado Este de Glasgow como Barrowlands. La oferta de variedad en música en Glasgow es demasiada e imposible de atender en su totalidad. Hay ocasiones que hacen tres conciertos en un solo día en el RCS. En resumen, Glasgow es una ciudad abierta a la música conocida y a nuevas propuestas.

La música para ella es algo a lo que puede acudir, no importa cómo se esté sintiendo, siempre encontrará algo que resuene con lo que siente. Tiene el poder de hacer cambiar cómo se siente en un instante, lo cual encuentra increíble. Es una fuente de motivación también, siempre ha querido hacer un estudio de cómo la música puede motivar. La música también significa comunidad, la hace sentir a salvo e inspirada. Actualmente escucha a una gran variedad de música de artistas como Alice Cooper, música ambiental y recientemente descubrió a Floating Points, DJ y productor. Una de sus bandas favoritas es Metallica y ellos hacen proyectos orquestales con la orquesta sinfónica de San Francisco.



Le gusta escuchar cosas que vayan a tener un impacto real en ella, algo nuevo que sea desafiante. La música no solo es entretenimiento y considera que puede tener impacto social. Piensa en el ejemplo del programa “Sistema” de Escocia que realiza trabajo de caridad con el objetivo de fortalecer comunidades y mejorar vidas a través de la música y de nutrir relaciones.<sup>197</sup> Hay estudios que revelan cómo la música ayuda a mejorar la calidad de vida de personas con demencia, lo cual demuestra que incluso en términos médicos, la música hace una diferencia. También cree en el poder que la música tuvo en ayudarnos a sobrellevar los encierros por la pandemia y a salir de ella mediante la restauración de los conciertos, festivales y eventos en vivo. La música es una herramienta que hace comunidad.

La última entrevista es a Judith Archibald, jefa de ensambles en National Youth Orchestras of Scotland. NYOS es un miembro de la Federación Europea de Orquestas Juveniles Nacionales que presentó su primera serie de conciertos en ciudades como Falkirk y Aberdeen en 1979. Desde entonces se ha dedicado a brindar experiencias musicales completas a sus jóvenes estudiantes de entre 8 a 25 años. En la actualidad tienen más de 600 estudiantes por año. Su oferta incluye orquestas, bandas de jazz, ensambles de formación y un programa de divulgación.

Organiza programas residenciales, conciertos, giras nacionales/internacionales y talleres musicales para la juventud escocesa en todo el país. La institución se conforma de cuatro conjuntos que son: Orquestas Juveniles Nacionales de Escocia (NYOS) patrocinada por HRH. The Earl of Forfar, KG GCVO ADC, Orquesta Sinfónica de NYOS por Sir James MacMillan y CBE, NYOS Senior Orchestra por Colin Currie y NYOS Junior Orchestra por Nicola Benedetti, CBE.<sup>198</sup>

Ella supo que se quería dedicar a algo relacionado a la música desde que empezó a tocar el clarinete a los nueve años y tocó instrumentos en todo su camino hacia la escuela preparatoria. A los 16 estuvo segura de que quería estudiar algo relacionado a la música y estudió en la Academia Royal Escocesa de Música y Drama, que ahora es el Conservatorio Royal de Escocia (RCS). Tiene un título en performance de dicha institución y luego

---

<sup>197</sup> Sistema, Scotland. Sitio web oficial. Disponible en línea en: <https://www.makeabignoise.org.uk/sistema-scotland/> Consultado el 03 de enero de 2022.

<sup>198</sup> Sitio web oficial de National Youth Orchestras of Scotland. Disponible en línea en: <https://www.nyos.co.uk/> Consultado el 4 de enero de 2022.

descubrió su pasión por la educación. Supo que su pasión era la música desde temprana edad, pero probablemente a la edad de 21, decidió que quería enfocarse a la educación musical.

Ella define el término industria musical como emocionante y creativo. Su trabajo en NYOS consiste en la planeación de todas sus actividades. Tienen cursos residenciales y está a cargo de encontrar fechas para realizarlos, planear los conciertos, involucrar a los conductores y los solistas. Está a cargo del reclutamiento, audiciones de las orquestas que se presentaran durante el año académico, de las campañas de reclutamiento para los aspirantes que van a aplicar, entre otros. Tiene un equipo que le ayuda a gestionar estas responsabilidades.

Las partes más satisfactorias de lo que hace es trabajar de cerca con jóvenes. Es muy gratificador trabajar con las secciones que empiezan desde temprana edad y verlos progresar, ver su satisfacción al final de los conciertos. Definitivamente enfatiza que lo mejor es ser testigo del crecimiento de los jóvenes. Otra cosa que disfruta es trabajar con muchos diferentes tipos de personas y poder conocer conductores y artistas. La parte más desafiante es probablemente mantener a la gente interesada en las artes. Piensa que hay un estigma alrededor de la música clásica, de que es bastante elitista.

En ocasiones, en Escocia, es complicado asegurar la inclusión a este tipo de música para que personas de diferentes contextos, razas, educación, tengan acceso a ella. La mayor prueba es interesar y enganchar a tanta gente como sea posible. Ante la pregunta de por qué es importante para ella proveer educación musical y qué proponen las nuevas generaciones en orquestas y jazz, ella responde que el motivo es porque la música es algo que ha disfrutado desde niña, es una forma de escapismo de la cual se pueden obtener muchos beneficios.

Es un talento que enseña disciplina, permite conocer gente y en general abre muchas puertas. En el sentido de que es una forma de escape, no importa qué tan difícil pueda parecer un momento, la música puede ser el alivio que necesitamos. La música le ha brindado mucha felicidad en todas las etapas de su vida; desde niña hasta adulta. Quería compartir esa pasión con tantas personas como pudiera. Sobre las nuevas propuestas de los jóvenes en las orquestas dice que definitivamente son muy innovadoras.

Vuelve a mencionar el estigma de que esta clase de música es solo para gente rica. Cree que previamente, la música clásica se encasillaba en ciertos patrones, pero los jóvenes son

de mente mucho más abierta y están dispuestos a colaborar con otras personas. Eso es lo que buscan en sus programas de jazz y orquestas; que sus estudiantes sean de mente abierta, que sean músicos versátiles, lo cual también se traduce en habilidades no solo para su carrera profesional en música, sino en su vida personal.

Eso es lo que buscan inculcar en sus jóvenes músicos. Sobre las estrategias para asegurar la igualdad de género en sus cursos residenciales y conciertos, ella responde que en NYOS los ponen en práctica. Esta institución está parcialmente liderada y financiada por la lotería a través de Creative Scotland, organismo público que apoya las artes y las industrias creativas en general a través de toda Escocia, la cual observa y considera muy importante la inclusión, al igual que el ayuntamiento de la ciudad de Glasgow.

Desde su punto de vista, dentro de su comunidad estudiantil, no ha habido problemas para la participación de las mujeres. Algunas situaciones de las que son muy conscientes y activamente están tratando de cambiar es aumentar el número de mujeres directoras de orquesta y compositoras. Están muy dedicados a exhibir cosas dirigidas específicamente a mujeres. Y respecto a los tutores que enseñan en sus cursos residenciales, siempre tratan de que haya un balance de mujeres sobre todo en ciertos sectores de la orquesta como en la sección de metales, que ha estado dominado por hombres.

Quieren asegurar que haya buenos modelos a seguir para las mujeres jóvenes, que vean que hay una división igualitaria en los estudiantes. Que vean, particularmente como mujeres, que el género no afectará tu carrera. Sobre si la cantidad de mujeres que terminan su formación en la institución es igual a la de hombres, ella responde que sí es bastante igual de acuerdo a lo que ha visto en su tiempo ahí. Con los estudiantes que han seguido estudiando, egresado o con los que se siguen manteniendo en contacto, se han dado cuenta de que hay un equilibrio bastante bueno de estudiantes mujeres que progresan.

Sobre la importancia de los referentes femeninos para mujeres, ella cuenta que mientras crecía como una joven música, se dio cuenta de que no había demasiadas mujeres y eso en parte la llevó a querer seguir en ese camino. El darse cuenta del desequilibrio cuando veía que los directores eran todos hombres, era desconcertante y no alentador para una mujer joven que está tratando de entrar al mundo de las artes. Por el lado de la gestión, se dio cuenta que había más managers de orquesta mujeres. Verlas a ellas hablando con los directores (dos de ellos son mujeres), su pasión y verlas ser amigables, abiertas al hablar de su trabajo, ver

su ambición, le demostró que hay mujeres a las cuales admirar. Tener referentes te hacen no querer darte por vencida y seguir intentando.

Ella cree definitivamente que ser mujer o identificarse con el género femenino puede afectar el desarrollo profesional en la industria musical. En su trabajo se considera afortunada porque puede asistir a conferencias de música clásica, trabajar con otras personas que se dedican a la gestión de las artes. No obstante, recuerda estar en una sesión donde se estaba tratando el tema de mujeres en las artes e irónicamente estaba presidida por un hombre mayor. Piensa que especialmente en la música clásica todavía hay cuestiones como jefes ejecutivos de organizaciones que son hombres blancos. Esta situación está mejorando porque cada vez hay más mujeres que se están incorporando.

Ella considera que algunas veces las mujeres no son tomadas tan en serio y esto puede ser bastante intimidante, como cuando entran a juntas conformada únicamente por hombres. No debería ser así y con el paso del tiempo esa sensación disminuye, pero como mujer joven que busca ser tomada en serio en las artes, lamentablemente todavía hay un estigma en esa posición. Ella cree que lo que se debe hacer para que las mujeres tengan más representación y carreras más exitosas en música es la mente abierta y consciencia sobre la situación.

Judith Archibald cree que es algo de lo que se tiene que hablar con el personal involucrado. No sabe realmente cómo esto se podría arreglar, pero esa consciencia sobre el problema llevará a tomar acciones para que las mujeres sean más representadas en organizaciones artísticas. En sus años de experiencia el cambio que ha visto en la participación de las mujeres en la escena musical, es que definitivamente hay más mujeres, como las directoras que mencionó.

Cree que esta situación va en la dirección correcta y una vez que haya más mujeres avanzando en estas posiciones, será cuestión de tiempo para que todo siga mejorando. En cuanto a la relación de las mujeres con los instrumentos ella cree que todavía hay un problema en el sentido de que, por ejemplo, hay muchas violinistas y no tantas en metales ni en percusiones. Piensa que aún hay estereotipos, que, en cuestiones como conductoras, están empezando a cambiar, pero en otras como las mencionadas todavía hay una representación femenina menor.

En el sector del jazz este problema también es visible, por ejemplo, en que la plantilla de profesores está principalmente conformada por hombres y están tratando de tener más

mujeres. En general en las orquestas nota una falta de mujeres y ella lo atribuye a los estereotipos que han establecido un sesgo hacia ellas. Judith Archibald considera que la pregunta de si una carrera en música podría permitir a una mujer ser económicamente estable es complicada para responder. Piensa que en la música y las artes en general puede ser difícil, pero se inclina a decir que sí, que las cosas están cambiando y que es una cuestión de perseverancia también.

Lo que la industria musical y el sector de jazz/orquestas está requiriendo de las nuevas generaciones y de las mujeres, desde su perspectiva, es una mente abierta y saber aprovechar oportunidades, no conformarse e innovar. La experiencia que ella ha tenido al trabajar en un rol central en una institución como NYOS ha sido buena. Ha estado dentro de la organización por varios años y ha sido ascendida un par de veces. Piensa que Escocia es un buen lugar para escalar porque es una comunidad musical pequeña y eso facilita conocer gente.

Aunque su carrera ha sido próspera, reconoce que, por la misma razón de que el entorno laboral está más dominado por hombres, quizá pudo haber logrado lo mismo en menos tiempo. La ha hecho ser más consciente de sí misma y analizar cómo su carrera ha progresado. Lamentablemente ha experimentado situaciones negativas relacionadas al género dentro de su carrera. Pone de ejemplo que los cursos residenciales terminan en conciertos y eso implica trabajar con personal del escenario y técnico, que la mayoría de las veces son 95% hombres y ha estado en un par de ocasiones donde hacen comentarios sexistas o que creen que está bien comentar sobre apariencia, peso y físico en general.

También tuvo una experiencia muy desagradable con el personal que transportaba instrumentos. Era un hombre que no le gustaba recibir órdenes de mujeres y le desagradaba ver a una en una posición de liderazgo. También señala las palabras “afectuosas” y condescendientes que algunos hombres equivocadamente usan en ambientes profesionales como “sweetheart”. Al principio lo tomaba a la ligera y no se sentía lo suficientemente segura para hablar en el instante y prefería esperar a un momento adecuado para externar su queja.

Era bastante injusto porque no se estaba dejando todo dentro de lo profesional, sino que lo estaba haciendo una cuestión personal de género en lugar de su posición de trabajo. Es muy complicado hablar o defenderse cuando se está en un grupo mayormente masculino y tú eres la única mujer. Ella, a diferencia de otras entrevistas, afirma sin ninguna duda que

esta profesión permite la conciliación entre lo laboral y lo personal. Judith Archivald se considera a sí misma feminista.

A las niñas y jóvenes que quisieran dedicarse a esto ella les dice que luchen por ello, las anima a tomar lo que ella llama una maravillosa oportunidad. Deben ser fuertes y apegarse a lo que ellas creen. Ser amigables. Ella cree que, como mujeres, cuando se encuentran con obstáculos o actitudes negativas por razón de género, lo peor para ellos es que las mujeres sonrían, hagan bien su trabajo y sean lo más profesionales que puedan. Preparación y ser una buena persona son las mejores maneras para conseguirlo. Actualmente ella escucha a la saxofonista Jess Gillam y Elim Chan, directora china de orquesta, entre otros.

Acerca de Glasgow como la ciudad de la música, ella piensa que es fantástica. Son un país pequeño y aunque Edimburgo es su capital, mucha gente podría decir que Glasgow es el corazón de esta nación y es la base para las orquestas clásicas. En música clásica hay una gran oferta en salones de conciertos. Para el rock también hay muchas opciones y están sucediendo muchas cosas interesantes. Ella piensa que en los bares y lugares de vida nocturna en Glasgow también hay propuestas musicales. Su gente genuinamente disfruta la música, son muy amigables, colaborativos y todos estos elementos hacen de su escena musical una experiencia fascinante.

La música para ella es una herramienta social que desde su visión ha sido subestimada. Incluso si a alguien no le gusta la música clásica ni el jazz, todos escuchamos algún tipo de música desde niños hasta que crecemos. La música es algo que todos podemos disfrutar, aunque no se sepa tocar un instrumento. Tiene el poder de unir a la gente. La música debe trascender barreras de lenguaje o problemas geográficos. Es gratis en el sentido de que todos la podemos disfrutar.

Para finalizar este apartado enfocado en Glasgow se abordarán brevemente tres iniciativas que se están llevando a cabo en esta ciudad para fortalecer el papel de las mujeres en la industria musical. El primero se llama Girls Rock Glasgow, que es un espacio que ofrece educación en música rock (cómo formar una banda, talleres, escritura de canciones, la grabación/distribución de un álbum, enseñanza para tocar instrumentos) para niñas y personas no binarias de 8 a 16 años de edad.

Está patrocinada por la banda originaria de Glasgow de indie pop y synthpop Chvrches y también recibieron el premio de Creative Scotland para la iniciativa en música juvenil.

Organizaron el primer campamento de verano basado en los campamentos estadounidenses que se han llevado a cabo desde 2001. En el tráiler del documental “Since Yesterday”, Jude Stewart, quien forma parte del equipo administrativo de Girls Rock Glasgow, menciona que todavía no hay igualdad en la sociedad y por eso se deben crear espacios para hacer conscientes y animar a las niñas a buscar esa igualdad. Esta iniciativa demuestra la importancia de la educación desde temprana edad para cambiar la mentalidad y enseñarles a las niñas a relacionarse con la música sin ningún tipo de limitación.

De acuerdo al estudio *Counting the music industry* realizado por Vick Bain, quien es CEO de la Academia Británica de escritores, compositores y autores, que cuenta con más de 25 años de experiencia en música e industrias creativas, la participación de las mujeres en UK ha aumentado considerablemente en la educación musical en los últimos cinco años, llegando a tener casi un balance perfecto de 50/50 en todos los niveles educativos y en estudios de postgrado. También señala que frecuentemente han obtenido mejores resultados que sus contrapartes masculinas.<sup>199</sup>

El segundo, que ya se mencionó anteriormente, lleva por nombre Scottish Women Inventing Music (SWIM). Esta plataforma es un colectivo de creadores musicales y profesionales de la industria que se identifican como mujeres. Están unidas por el compromiso de lograr la igualdad de género en el ámbito musical. Es una caridad escocesa regulada por OSCR, que es el regulador independiente del gobierno escocés que registra y reporta directamente al parlamento del país las caridades de Escocia como grupos comunitarios, caridades religiosas, escuelas, universidades y principales proveedores de atención.

La membresía tiene un costo de cinco libras por año y se conforma de personas que trabajan en todos los géneros y áreas de la música. Para cumplir su misión trabajan en torno a tres ejes principales que se desglosan en objetivos particulares. Esta organización existe para ser una red de contacto para sus miembros, lo cual se logra mediante la celebración de dos juntas al año de sus miembros en el Scottish Music Center. También se crean espacios en línea para que los miembros se contacten a través de ellos y para promover el trabajo de los miembros en y más allá de la red.

---

<sup>199</sup> Sitio oficial de Vbain Consulting. *Diversity in Music Industry*. Research: Counting The Music Industry. Disponible en línea en: <https://vbain.co.uk/research>

Otro de los ejes sobre el que se basa el proyecto es informar y educar sobre las habilidades de las mujeres dentro de la industria, como en entornos educativos de todos los niveles para mostrar figuras referentes para la juventud y mediante la organización de paneles y fórums para discutir acerca de la desigualdad de género en el campo de lo musical. Y acciones concretas para visibilizar a las mujeres en la música, tales como la creación de una base de datos de sus miembros y sus habilidades para compartirlas con las organizaciones dentro de la industria musical.

Acercarse a aquellas que tengan un historial con poca o nula colaboración con profesionales y creadoras de la industria. Realizar eventos como colaboración con otras plataformas e individuos para tener más de estas oportunidades. Con la membresía, los usuarios tendrán acceso a la base de datos de la cual podrán obtener contactos de mujeres que trabajan en la industria musical. También serán notificados de todos los eventos. Tendrán acceso a proyectos y desarrollo de equipos de trabajo, mientras están en etapa de formación.

Cualquier persona puede involucrarse en esta causa para donar, aunque no cuenten con las características para ser miembros, como por ejemplo organizaciones musicales, sedes/lugares, universidades, colegios, colectivos y promotores que representen al movimiento y a las mujeres. Algunos de ellos pueden ser campeones regionales que apoyen en representar a las mujeres en todo el país de Escocia, los cuales recibirán mercancía una vez que se den de alta, apoyo en saber cómo promover más allá los trabajos de caridad y construir redes en sus áreas.

La junta directiva está conformada por Hillary Brooks; música, compositora y directora, Diljeet Bhachu; música y encargada de la red de artistas creativos escoceses/asiáticos, Riah Fairweather del Scottish Music Centre y de Sonic Bothy, ensamble inclusivo que compone y explora música experimental y contemporánea en la escena musical de Glasgow, Suzanne Miller que provee ayuda a los músicos en UK y Arti Joshi, promotora de conciertos, DJ y mánager de artistas.

Las creadoras de SWIM, que están conscientes que su único esfuerzo no es suficiente para alcanzar el objetivo que persiguen, hacen un llamado a colaboradores para evaluar lo que hacen, proponer acciones y trabajar juntos en crear un sector musical más seguro y equitativo para todos en Escocia. La organización publicó en su sitio web una declaración de su enfoque inclusivo que incluye educación con expertos, apoyo en la crisis y, como se mencionó, unir



esfuerzos con toda la música escocesa para co-crear un sector profesionalizado y seguro para todos.<sup>200</sup>

La asociación se basa en tres enfoques interrelacionados: la fase 1 o señalización de apoyo a las actividades de SWIM. Se trata de un centro de señalización y enlaces de asesoramiento legal y más para combatir acoso, agresión sexual, abuso doméstico, salud mental, violencia, acoso, entre otros. La fase dos es la colaboración por el cambio. En este apartado se ofrece un contacto para que todo individuo, negocio u organización de apoyo que estén interesados en crear un espacio seguro de trabajo se comuniquen con SWIM. La fase tres es la educación para la prevención. Aquí se solicita la ayuda de expertos en el campo de educación sobre acoso y abuso para que se vuelvan socios de la iniciativa.

La última iniciativa que se abordará se titula *Since Yesterday – The Unsung Pioneers of Scottish Pop*, documental de larga duración que se llevará a cabo para dar a conocer las trayectorias de las bandas formadas por mujeres en Escocia desde 1960 a 2010. Para dar solución al problema histórico en el que el trabajo y producción colectiva de las mujeres se reduce, compromete, simplemente se deja de firmar o ha sido excluida de la producción musical escocesa mundialmente reconocida, *Since Yesterday* busca reconocer el lugar de las mujeres dentro de la historia de la música popular.

Explora el impacto social de las mujeres que han hecho música en colectividad. Aunque las estadísticas revelan que hay mucho por cambiar, hay que aplaudir también la consciencia, y la determinación que, movimientos como #MeToo, #womeninmusic y Key Change están difundiendo para lograr una transformación. Por estas dificultades es aún más necesario celebrar los éxitos individuales/colectivos y el talento en la música de las bandas femeninas que lograron emerger. Con historias como éstas se va abriendo un camino en el que la historia de la música ya no se continúe escribiendo sin las mujeres.

Cada ciudad o país ha tenido y tiene mujeres creativas que necesitan ser reconocidas. Es idea y creación de Miranda Stern, productora y directora de este proyecto, que es una de las nuevas voces 2020 del Instituto de documental escocés y parte de la premiada compañía productora The Forest of Black. Será co-dirigida por Carla J. Easton (miembro de TeenCanteen y preseleccionada como el álbum escocés del año) y por la directora escocesa

---

<sup>200</sup> Sitio oficial de Scottish Women Inventing Music (SWIM). Disponible en línea en: <https://www.scottishwomeninventingmusic.com/a-response> Consultado el 6 de enero de 2022

Blair Young. Ellas han invertido cuatro años de su tiempo y dinero en este proyecto. También han recibido un apoyo para desarrollo de Creative Scotland para investigar, escribir y desarrollar este documental.

Este fondo, sin embargo, no cubría los gastos de producción ni los costos para la obtención de material de archivo no común de algunas emisoras. Afortunadamente, en diciembre del año pasado, mediante la plataforma Kickstarter, que ayuda a hacer realidad proyectos creativos a través de la recaudación de fondos en línea, este documental obtuvo lo necesario para volverse realidad. Gracias a 659 patrocinadores que contribuyeron con 29,438 libras este proyecto será posible. En su registro se explica a detalle en qué se emplearán los recursos, ya que realizar un producto audiovisual requiere planeación, materiales, tecnología y un equipo de profesionales.

La siguiente meta es finalizar el proyecto durante la primera mitad del 2022. Con los fondos recaudados se pretende hacer justicia a las increíbles bandas de mujeres que han enriquecido la historia de la música escocesa a través de la consecución de material de archivo limpio que se pueda lanzar en cines, *streaming* y otras retransmisiones. Este archivo estará conformado por grabaciones de audio, apariciones, entrevistas en televisión, sesiones con John Peel, periodista, radiodifusor y DJ inglés y más material inédito como conciertos en prisiones, presentaciones para abrir conciertos de bandas como The Beatles, giras mundiales, entre otros.

Con otra parte del presupuesto se busca incluir más canciones para apoyar a los artistas y contratar los servicios necesarios para asegurar licencias de metraje comercial, tarifas de publicación y regalías. Si se lograba la meta de más de 30,000 libras, se contrataría a un animador para representar visualmente, en contenido personalizado, los archivos perdidos y para ilustrar lo que podría haber sido el destino de estas bandas si hubieran recibido el mismo apoyo que sus contrapartes masculinas.

Por otro lado, también se busca señalar comportamientos negativos respecto al género que lamentablemente no son nuevos, como ser despedida por la maternidad, que el físico y la edad sea un factor decisivo para que una mujer desarrolle su carrera, acoso sexual y otros. Ellas consideran que estas historias necesitan ser contadas desde la voz de las personas que las vivieron y experimentaron en carne propia. Algunas de las bandas que aparecerán en este

documental son Strawberry Switchblade, The McKinleys, TeenCanteen, The Twinsets, The Hedrons, The Ettles, Lungleg, Sophisticated Boom Boom y His Latest Flame.

Algunas de las razones por las cuales es importante realizar este documental en la actualidad es porque, aunque la industria musical se considera a sí misma progresista, la brecha de género es aún muy grande. De acuerdo a datos de PRS (Performing Right Society) y la MCPS (Mechanical-Copyright Protection Society) que es una organización que paga regalías a sus miembros cuyo trabajo sea transmitido en el cine, radio o televisión, presentado en vivo, grabaciones, en internet, descargada o copiado en discos, en el 2018 solo 17% de sus 140,000 miembros registrados eran mujeres.

Solo 19.69% de artistas femeninas están en las listas de contratos con sellos discográficos. De manera similar menos del 20% del total de escritores representados por publicistas del UK (12,040), son mujeres. Desde 1999, Solo 108 de 616 escritores de canciones para el premio al mejor single británico han sido mujeres. En el rubro de las alineaciones para los festivales han demostrado estar por debajo en representación femenina.

Para que un artista logre posicionarse entre el público y tener éxito, debe estar inscrito a agencias de publicidad musicales y sellos discográficos. Solo el 14% de los artistas firmados a las 106 de estas agencias en UK y un poco menos del 20% de mujeres han firmado con los 219 sellos discográficos, en contraste con los porcentajes de arriba de 80% de hombres en los mismos rubros.<sup>201</sup>

Otro motivo es que esta industria creativa ha sido una de las más lentas en tomar acciones en contra de los abusadores acusados en el movimiento #MeToo. El interés en el tema está muy vivo en la actualidad y este documental ha sido seleccionado para festivales como In Edit y tiene el interés de algunos distribuidores. La lucha por los derechos de las mujeres que inició hace 60 años sigue vigente; por eso es momento de voltear a ver estas historias y al igual que se buscó la igualdad en la participación en la toma de decisiones políticas con el voto para las mujeres, ahora es momento de ponerlas al centro de las artes y conocer su forma de sentir y entender el mundo a través de la música. Es momento de proveer contexto

---

<sup>201</sup> Sitio oficial de Vbain Consulting. *Diversity in Music Industry*. Research: Counting The Music Industry. Disponible en línea en: <https://vbain.co.uk/research>

histórico audiovisual accesible a otras mujeres que hacen música. Es necesario normalizar ver a las mujeres tomar instrumentos y formar bandas.<sup>202</sup>

Después de realizar, analizar y comparar las entrevistas mencionadas en este corpus, se pueden advertir diferencias y similitudes entre los espacios y las oportunidades con las que las mujeres cuentan para desarrollar carreras en el sector musical de Ciudad de México y Glasgow, Escocia. Ambas ciudades pertenecen a la lista de Ciudades Creativas de la UNESCO. La primera obtuvo el título en 2018 de Capital Oficial del Diseño a nivel mundial y tiene como ejes para el desarrollo social la creatividad y el diseño, lo cual la vuelve una rica ciudad en términos culturales.<sup>203</sup> La segunda es reconocida como un centro internacional musical y es la segunda economía en música en el Reino Unido, detrás de Londres. Como ciudad creativa en música, Glasgow tiene la visión de incrementar la participación general de sus ciudadanos en la música; con especial atención a las mujeres y a la juventud.<sup>204</sup>

Nuestro corpus de entrevistados se compone de cinco entrevistas realizadas en Glasgow a profesionales o estudiados en el tema de las mujeres en la industria musical. En Ciudad de México, entrevistamos a cuatro mujeres que se desenvuelven profesionalmente en distintos sectores de este ámbito. Encontramos similitudes y diferencias compartidas en los testimonios recabados en ambos países. La primera semejanza que notamos en Ciudad de México es que la mayoría de las mujeres que trabajan en la industria musical, al igual que las que lo hacen en Glasgow, es que tuvieron que pasar por un proceso largo y complicado para alcanzar la posición que tienen ahora.

Por ejemplo, Judith Archibald, jefa de ensambles en NYOS menciona que, si bien ha recibido apoyo durante su trayectoria profesional, las circunstancias le han indicado que, de haber sido varón, hubiera podido escalar hasta su puesto actual mucho más rápido. Esto debido a que el ámbito de la música clásica aún es un “old boys club” encabezado por hombres que solo ofrecen oportunidades a otros hombres. Del lado de CDMX, Maya Piña, vocalista de la banda Budaya, menciona el mismo problema, pero en la escena de música independiente. Por otro lado, Verónica Ramos, quien a su corta edad posee mucho

---

<sup>202</sup> Página oficial de Kickstarter/Proyecto: Since Yesterday, Music Documentary. Disponible en línea en: <https://www.kickstarter.com/projects/sinceyesterday/since-yesterday-music-documentary>

<sup>203</sup> Sitio oficial de Creative Cities UNESCO. Mexico City, Design. Consultado en línea en: <https://en.unesco.org/creative-cities/mexico-city>

<sup>204</sup> Sitio oficial de Creative Cities UNESCO. Glasgow, Music. Consultado en línea en: <https://en.unesco.org/creative-cities/glasgow>

conocimiento sobre el comportamiento de la industria respecto a las mujeres, menciona que entrar al mundo de la fotografía musical es muy complicado para ellas y cuando lo logran, se enfrentan con medios dirigidos en su mayoría por hombres, lo cual sigue promoviendo la preferencia por sus iguales al momento de dar oportunidades. Esto demuestra los desafíos que una mujer tiene que superar para estar en una posición de liderazgo.

Otra similitud compartida es que todas nuestras entrevistadas pudieron acceder a una educación superior en música. Esto demuestra la importancia de contar con estudios que te den las herramientas, habilidades y conocimientos para tener éxito profesional. De no haber sido por su formación académica, ninguna de las mujeres que entrevistamos hubiera podido llegar a sus cargos actuales. De ahí el énfasis que en este trabajo hacemos a la educación, ya que es ésta la que prepara a las mujeres para el ámbito laboral, les permite crecer y colocarse dentro de la industria. Asimismo, es un factor que aumenta su confianza en sí mismas y las capacita para ayudar a otras mujeres.

Aunque en ambos países la industria musical se maneja por intereses comerciales, hay mayor apoyo a artistas musicales en Glasgow que en Ciudad de México. Esto se debe en parte a que, debido a que la última es la capital de México y es una ciudad cosmopolita de casi 10 millones de habitantes, los foros, estadios, recintos y las instituciones organizadoras de eventos de esta índole, prefieren dar espacios a artistas y bandas grandes que tengan más reconocimiento internacional. Glasgow, por su parte, es la ciudad más grande de Escocia, pero no es su capital y tiene aproximadamente casi dos millones de habitantes. Como mencionó en entrevista la curadora Vicky Brown y también en la página oficial de Glasgow como Ciudad Creativa de la UNESCO, Glasgow apoya y tiene mucha más apertura a artistas emergentes y es una sede trampolín para las bandas. La ciudad cuenta con varias iniciativas para mostrar el trabajo musical de los artistas y expandir sus audiencias.

Otra de las similitudes que pudimos detectar fue que en CDMX, al igual que en Glasgow la mayoría de las mujeres iniciaron sus carreras profesionales sin pertenecer a algún medio o institución y poco a poco fueron integrándose a sus respectivas áreas laborales gracias a su propio esfuerzo y trabajo, mismo que pudo catapultarlas a sus puestos actuales. Por ejemplo, Fausto Leonora tuvo su primer acercamiento a la música cuando comenzó a hacer teatro musical, experiencia que la inspiró a crear y desarrollar su propio proyecto independiente. Lo produjo con base en sus conocimientos previos y poco después pudo materializar y

monetizar. Algo similar ocurrió con Fiona Shepherd quien desde muy temprana edad supo que sus pasiones eran la música, el idioma inglés y escribir. Juntó estos tres intereses para convertirse en periodista musical. Ahora tiene 35 años de experiencia en cobertura de conciertos y en visibilizar propuestas musicales mediante la escritura. También cofundó y codirige junto con dos colegas *Glasgow Music City Tours*, proyecto que cuenta la historia musical de Glasgow en un recorrido por sus principales recintos musicales.

Respecto a los referentes de inspiración para las mujeres que entrevistamos pudimos encontrar que la mayoría de ellas admira a otras que también trabajan en la industria musical y que de la misma manera pudieron integrarse a este sector gracias a su propio esfuerzo. Entre las características que nuestras entrevistadas más valoran en ellas están: la valentía, la confianza en sí mismas, la integridad, la fortaleza y un fuerte sentido de identidad.

Dentro de la lista de semejanzas encontramos opiniones compartidas respecto a la conciliación de la vida personal y laboral. Tanto en CDMX como en Glasgow, nuestras entrevistadas en su mayoría llegaron a la conclusión de que es complicado lograr este equilibrio. Sin embargo, Maya Piña (CDMX) vocalista y directora de arte y vestuario de la banda independiente *Budaya* y Judith Archibald (Glasgow), jefa de ensambles en *National Youth Orchestras Scotland* que se dedica a la planeación y ejecución de programas residenciales de giras, conciertos y talleres que proveen experiencias musicales a sus estudiantes de 8 a 25 años, coinciden en la misma idea. Aunque las carreras dentro del ámbito musical pueden ser complejas y demandantes, con una adecuada gestión del tiempo es posible tener una vida balanceada entre sus obligaciones profesionales y la vida personal (maternidad, vida social, otros intereses).

Otra de las similitudes que encontramos entre nuestras entrevistadas de Glasgow y CDMX es que varias de ellas se desenvuelven en puestos que se han caracterizado por ser desempeñados mayormente por mujeres, como relaciones públicas, marketing, gestión organizacional, entre otras. Por ejemplo, Natalia Szendro, que es directora de una de las estaciones especializada en música independiente más importantes de la Ciudad de México. Sus principales funciones consisten en organizar a su equipo de trabajo y desarrollar relaciones públicas que le permitan a la estación conseguir patrocinios, eventos y música exclusiva. Por otro lado, Samantha McShane, líder del equipo de planeación artística del Conservatorio *Royal* de Escocia, tiene las responsabilidades de proveer a los estudiantes de

herramientas para titularse en música, oportunidades de presentación, de crear y ampliar audiencias, así como la gestión de artistas. Lo anterior demuestra que las mujeres poseen más habilidades de planeación y organización, ya que su trabajo va desde la concepción de una idea hasta su ejecución final.

Tanto en Glasgow como en CDMX la mayoría de nuestras participantes llegaron a la conclusión de que es posible lograr estabilidad económica en trabajos dentro de la industria musical. No obstante, llegar a este punto es complicado. En primer lugar, hay mayor exigencia hacia una mujer porque lamentablemente aún hay incredulidad sobre su capacidad profesional. Todavía se asume que, por ser varón, es más factible que un individuo sepa cómo realizar un trabajo. Una mujer necesita más preparación y constancia para “ganar” el respeto entre sus colegas. La mayoría de nuestras entrevistadas coincidió en que las redes de contacto entre mujeres es un factor que ayudaría a todas a tener más oportunidades. Esto es relevante al grado de que, contar con una, puede hacer la diferencia entre que una mujer tenga una carrera exitosa dentro de la industria o no.

Dado que el feminismo es un concepto central en este trabajo, preguntamos a todas nuestras entrevistadas (y entrevistado), si se consideraban feministas. Fue un común denominador en las entrevistas de Glasgow que las mujeres participantes no tuvieran una idea o noción clara de lo que significa la palabra “feminista”. Todas coincidieron que es un término que está sujeto a muchas interpretaciones y que, por lo mismo, no tienen una definición clara. Aun así, todas se pronunciaron a favor de lograr igualdad de género en todos los ámbitos de la vida social. Todas coincidieron en que, bajo ninguna circunstancia, el género debe ser una limitante para desarrollarse profesionalmente en el sector musical y tener acceso a oportunidades.

Del lado de Ciudad de México, todas dijeron abiertamente que sí lo son o que al menos están de acuerdo con los ideales de equidad que persigue el movimiento. Aunado a esto, todas nuestras entrevistadas afirmaron que poco a poco la falta de igualdad empieza a erradicarse. Por ejemplo, en el ámbito de la música clásica y las orquestas, nuestras entrevistadas mencionaron que, en el área de metales, que había sido históricamente dominada por hombres, al igual que en la posición de dirección de orquestas y composición, ya hay más mujeres. En Ciudad de México, la presencia femenina empieza a tener más peso en la escena musical como en la dirección de festivales y como líderes de diferentes proyectos musicales.

## **Conclusiones**

Como amantes de la música y fieles defensoras de la igualdad de género, este estudio comparativo entre Glasgow y La Ciudad de México nos ayudó a investigar, entender y disfrutar de temas que nos apasionan. Durante el desarrollo de este trabajo pudimos descubrir los múltiples inconvenientes a los que se enfrentan las mujeres que deciden trabajar en distintos sectores que conforman la industria musical. Por la información recabada en el análisis y las entrevistas, confiamos en que este proyecto sirva de reflector para mostrar su trabajo y los cambios que han logrado para abrir paso a las nuevas generaciones de mujeres jóvenes.

La primera de nuestras conclusiones es que indudablemente existe una brecha de género que impide que hombres y mujeres puedan trabajar de la misma forma dentro de la industria musical. De acuerdo a Lynn, “el concepto de lo femenino se resiste a una sola definición; no se puede explicar únicamente como una falta y tragedia total ni tampoco como una utopía de plenitud mística, sino que es una constelación de momentos históricamente cambiante en la que coexisten ambos elementos”. Lo que nos hace pensar que no podemos pensar la situación de las mujeres a lo largo de la historia como estática en un estado de víctimas o de triunfos, sino que se modifica constantemente. Sus necesidades y desafíos cambian con el paso del tiempo. Estamos en un punto en que derechos fundamentales como el voto, educación profesional entre muchos otros ya han sido cubiertas y hoy se busca lograr una posición equitativa para las mujeres en el mundo de las artes y para este trabajo en específico, se tomó en cuenta su participación en el sector musical. Esta superación histórica de obstáculos se ha logrado gracias a las luchas que se han realizado durante las diferentes olas feministas.

El feminismo y la participación de las mujeres en áreas de la vida laboral/social/política no se puede reducir a una colección de momentos de crisis, ni tampoco a una de éxitos sin tropiezos, sino que ha sido un proceso de avance, retroceso, cuestionamiento, resistencia, aprendizaje que no ha dejado de moverse y evolucionar. Estos cambios han sido siempre hacia mejorías en el sentido de que, a distintos ritmos, las mujeres, sus historias y su trabajo, han sido cada vez más reconocidos y valorados, de tal forma que esto ha abierto puertas para que más mujeres se unan a estas transformaciones.



El filósofo francés Gilles Deleuze mencionó que el mundo real no es una copia ni un espejo de un orden previo, sino que éste es un proceso que está emergiendo constantemente para convertirse en otro diferente del que ya es. Es la producción continua de la vida misma. El futuro, por tanto, en el pensamiento de Deleuze no puede entenderse como algo predeterminado, sino como algo que está en el proceso de convertirse en, de llegar a ser algo diferente. De esta forma, el futuro no puede ser previsto ni calculado con base a lo que ocurre en el presente, sino que la historia debe tomarse en cuenta como una singularidad que desarrolla sus propias características en su devenir particular. Así, si bien no se puede afirmar cómo será el futuro de las mujeres en la música, investigaciones como la del presente trabajo, nos puede ayudar a saber qué ocurre en el presente, los cambios que han ocurrido para llegar a él y especular sobre lo que el porvenir traerá consigo.<sup>205</sup>

Un ejemplo de lo anterior es la idea que socialmente se tiene de que algunos géneros musicales (como por ejemplo el rock y el metal) son por y para hombres, como si algunas de estas formas musicales pertenecieran exclusivamente a un género. No obstante, con nuestra investigación y gracias a nuestras invitadas (quienes muchas de ellas trabajan directamente con estos géneros y algunas de sus variantes) nos queda claro que, aunque algunos sectores sigan siendo dominados por hombres, hay mujeres que están aportando a todos los espacios que existen dentro de la industria musical. Lo cual demuestra un cambio del pasado hacia el presente y un devenir en estos géneros que parece apuntar hacia la igualdad de género en las diferentes formas musicales. La presencia femenina ha ido en aumento y todo gracias al esfuerzo y compromiso que comparten miles de mujeres alrededor del mundo que buscan visibilizar sus trabajos y servir de inspiración a otras para hacer de este sector un espacio más equitativo.

Por otra parte, notamos que la disminución de la brecha laboral entre hombres y mujeres se debe en gran medida a las diferentes olas feministas por las que el mundo ha pasado. Y es gracias a los beneficios de estos movimientos sociales que hoy en día es posible ver a más mujeres desarrollándose profesionalmente cómo productoras musicales, ingenieras de audio,

---

<sup>205</sup> Macarthur, Sally. *Towards a Twenty-First-Century Feminist Politics of Music*. P. 13-14. Citado de: Grosz, Elizabeth. *Deleuze's Bergson: Duration, the Virtual and a Politics of the Future* in Buchanan and Colebrook (eds), *Deleuze and Feminist Theory*. P. 229

periodistas especializadas en música, etcétera. Los feminismos, como movimientos, siguen logrando justicia para las mujeres, entre muchas otras cuestiones, actualmente están abriendo posibilidades laborales en muchas áreas, entre ellas, la musical.

Sin embargo, existe otro problema que también impide que las mujeres tengan interés por acercarse a este sector laboral y es que existe poca visibilidad para las mujeres que se desarrollan profesionalmente en esta área, en especial en la Ciudad de México. Algo que también nos resultó interesante de observar es el poco estudio realizado en las Ciencias Sociales sobre la situación de la inequidad de género en la música, ejemplo de ello es que en gran parte de nuestra investigación tuvimos que recurrir a fuentes extranjeras, pues la información sobre el tema (al menos en CDMX) es todavía escasa.

Por otra parte, al buscar productos audiovisuales para realizar nuestro análisis notamos que lamentablemente no existen suficientes para mostrar el trabajo de las mujeres en la industria musical, lo que contribuye al ciclo de que no hay suficientes materiales para visibilizar la labor de estas mujeres, las nuevas generaciones no están informadas y se pierden posibilidades de tener carreras exitosas para ellas en este campo. No obstante, los pocos documentos audiovisuales que existen muestran a mujeres fuertes y comprometidas con su trabajo. En el capítulo dos, abordamos el cine como una herramienta de difusión, en el que se pueden plasmar los ideales de un movimiento como el feminismo y ejemplos de mujeres que lo viven y se han abierto paso, en este caso, en la industria audiovisual.

De esta forma, el cine podría fungir como un referente de inspiración. El cine, como texto, produce significado. No se limita a únicamente reproducir lo que existe en el mundo real, sino que es capaz de construir otras realidades y puntos de partida. Estos nuevos significados y representaciones pueden servir como punto de identificación del espectador con el filme, de acuerdo con la teoría de la pantalla.<sup>206</sup> Al no haber tantos proyectos audiovisuales sobre este tema, muchas mujeres no cuentan con referentes para acercarse a este sector y muchas de ellas no son conscientes de que existen mujeres siendo parte de esta industria.

A pesar de ello, gracias a esta investigación pudimos conocer diferentes organizaciones independientes y privadas que las mujeres que laboran en este sector han desarrollado por si

---

<sup>206</sup> Neroni, Hillary. *Feminist Film Theory and Cléo from 5 to 7*. Bloomsbury. 2016. P. 26

solas para promover la presencia femenina en esta industria. Sobre esa misma línea pudimos notar que en Glasgow existen diferentes programas de iniciativas públicas y privadas que buscan acercar a las mujeres a este tipo de profesiones desde muy temprana edad, a diferencia de la ciudad de México en dónde muchas mujeres tienen la iniciativa y el talento para ser parte de esta industria, pero no existen los programas ni apoyos necesarios por parte del estado. Es por este motivo que muchas de ellas han optado por crear sus propios colectivos o acercarse a iniciativas privadas para desarrollar sus proyectos, haciendo uso sobre todo de redes sociales.

Por esta misma razón, muchas de las mujeres que buscan integrarse al sistema de la industria musical recurren a buscar trabajo u oportunidades de aprendizaje en otros estados o países diferentes al suyo, lo que convierte al sector de la música en un espacio privilegiado, pues no todas las mujeres tienen las mismas posibilidades de emigrar para acceder a estas opciones. Lo anterior nos hace creer que la desigualdad dentro de este sistema abarca varios aspectos que van desde el género a la condición social. Por otra parte, también notamos que hay programas cortos a los que no se les da seguimiento para asegurar la participación de mujeres en la música, lo cual consideramos que es indispensable para analizar estrategias de solución y saber qué está funcionando y qué no para asegurar el lugar y garantizar la seguridad de las mujeres en todas las partes del quehacer musical a largo plazo.

Sin embargo, el problema principal de nuestra investigación radica en la estructura patriarcal en la que hoy en día vivimos, y tristemente, gracias a este sistema resulta complicado que las mujeres puedan desarrollarse no sólo dentro de la industria musical sino en cualquier disciplina y espacio existente, pues históricamente han tenido que enfrentarse a más obstáculos que el género masculino. No obstante, el paso del tiempo y la apertura de las nuevas generaciones han permitido que las mujeres poco a poco puedan integrarse a los diferentes nichos que anteriormente solo eran considerados para hombres.

Consideramos que, hoy en día, aunque la industria musical se encuentre en proceso de mejorar la igualdad de género, aún falta mucho camino por recorrer, pues en las disqueras, agencias, festivales y consumidores hay una gran responsabilidad para que esto suceda. Pensamos que lo ideal sería que en los diferentes rubros de la industria se puedan promover trabajos y música creada y desarrollada por mujeres para que así el consumo y la producción

puedan llevarse a cabo de manera más fluida y redituable. De igual manera, comprendimos la gran importancia de promover el apoyo entre mujeres. No es una mentira que unidas somos más fuertes y, de acuerdo a las diferentes iniciativas estudiadas en esta investigación y a las entrevistas del trabajo de campo, llegamos a la conclusión que una red de apoyo entre mujeres puede hacer la diferencia entre que una tenga una carrera exitosa dentro de la música o no.

Gracias a esta investigación, como comunicólogas, establecimos una perspectiva más amplia sobre el quehacer de las mujeres involucradas en la industria musical y pudimos conocer la labor y los diferentes proyectos que eran desconocidos para nosotras al inicio de este estudio. A la vez, este trabajo nos permitió acercarnos a un sector que admiramos y del cual nos gustaría ser parte en un futuro. Antes de esta investigación, ambas desconocíamos la magnitud y el alcance que tiene esta industria y, a la vez, la responsabilidad que debe tener para mantener un equilibrio entre hombres, mujeres y personas de género no binario.

Finalmente, este trabajo termina con un fructuoso conocimiento acerca de las personas encargadas de crear y desarrollar múltiples proyectos musicales. Pudimos reconocer, específicamente, la ocupación y el esfuerzo de las mujeres que ha contribuido a la industria musical y que, gracias a ellas, podemos disfrutar mucha de la música que hoy, mañana y siempre consumiremos tanto en Ciudad de México, como en Glasgow, y en cualquier parte del mundo.

Respecto al estudio comparativo entre Ciudad de México y Glasgow, encontramos una serie de similitudes y diferencias entre ambas ciudades. La primera es que en ambas hay mucha oferta cultural y de entretenimiento, dentro de la cual se encuentran festivales, conciertos y eventos organizados por un conglomerado de artistas y profesionales que pertenecen a la industria musical. La capital de México es una urbe cosmopolita donde se encuentran foros y auditorios donde artistas y bandas con renombre mundial se presentan ante el público constantemente.

Por su parte, los recintos en Glasgow son más numerosos, pero, al ser una ciudad más pequeña, abren sus puertas a bandas y artistas emergentes. Dado que su gente es muy aficionada a la música, muchos proyectos musicales han sido bien acogidos por el público, de forma que esto les permite tener un buen comienzo que eventualmente los lleva al éxito.

Aunque Glasgow no es la capital de Escocia, se considera que en ella se concentra mayormente la vida cultural del país.

Aunque lo que se quería lograr en este trabajo en un principio era la comparación de las situaciones de las mujeres en la industria musical enfocada a lo independiente, las circunstancias nos condujeron hacia otras posibilidades. Esto fue algo que aprendimos del trabajo de campo; el cual, al tratarse de personas, no está exento de experimentar cambios y no siempre es posible cumplir al pie de la letra el plan inicial. De esta manera, las entrevistas en Ciudad de México sí cumplen con la característica de ser realizadas a mujeres que se desenvuelven en el sector independiente de la música; mientras que las de Glasgow se desarrollan más en el sector educativo de música clásica.

Sin embargo, fue interesante darnos cuenta que los desafíos relacionados al género son muy similares en ambos sectores. Entre ellos se encuentran la dificultad que todas las entrevistadas encontraron en su trayectoria profesional. De la mayoría se dudaba de su capacidad por simplemente ser mujeres, el hecho de que en este ambiente laboral todavía predomine la presencia masculina que solo abre las puertas a otros de su mismo sexo y que varias ocupaciones dentro de la industria, sobre todo en la música clásica, como dirección de orquesta, se siguen reservando exclusivamente ellos. Nos percatamos que los problemas de género están más presentes en las diferentes instituciones de este género musical, en contraste con el sector de música independiente. Aunque la participación de las mujeres dentro de la industria está creciendo, aun es alarmante observar que la mayoría de ellas tienen puestos catalogados erróneamente como “femeninos”, como son todos lo que tienen que ver con relaciones públicas y marketing.

No obstante, la mayoría de nuestras entrevistadas considera que este tipo de situaciones pueden disminuir a medida que el apoyo entre redes de mujeres crezca dentro de la misma industria. Por otra parte, al realizar este estudio pudimos notar que en ambas ciudades existe un movimiento constante que busca visibilizar el trabajo de las mujeres que se desarrollan en este sector, pues consideran que es indispensable apoyar a las nuevas generaciones de mujeres que buscan ser parte de este sistema.

La última diferencia entre ambos países que mencionaremos es que en Glasgow se está realizando el documental *Since Yesterday*, que tiene por tema central la historia de las bandas

de mujeres en Escocia de 1960 a 2010. Aquí en Ciudad de México aún no se ha llevado a cabo ninguna iniciativa de esta naturaleza, de modo que no existe aún ninguna pieza audiovisual que documente las historias y legados de las muchas mujeres que han realizado importantes aportaciones a la música en México desde su creación, difusión, organización de eventos musicales y promoción de estos proyectos en cada una de sus salidas comerciales (discos, conciertos, entre otros).

## **Bibliografía**

- Aitken, Ian. *Encyclopedia of the documentary film*. Routledge, 2005.
- Altman, Rick. *Los géneros cinematográficos*. Paidós Comunicación.
- Arbuthnot, Lucia y Seneca, Gail. Pre-Text and Text in *Gentlemen Prefer Blondes*. En *Hollywood Musicals, The Film Reader*. Routledge.
- Babington, Bruce. *7 Star personae and authenticity in the country music biopic*. En *Film's Musical Moments*.
- Balbuena Palacios, M. Leonor, 2014, *Teoría de la representación simbólica de la comunicación gráfica*, Universidad Autónoma de Barcelona (Ed.). España.
- Blanco, Manuel. *Dime qué preguntaste y te diré quién eres*. Disponible en línea en: [https://www.academia.edu/8851700/DIME\\_QU%C3%89\\_PREGUNTASTE\\_Y\\_TE\\_DIR%C3%89\\_QUI%C3%89N\\_ERES](https://www.academia.edu/8851700/DIME_QU%C3%89_PREGUNTASTE_Y_TE_DIR%C3%89_QUI%C3%89N_ERES)
- Baschiera, Stefano. *O brother, where art thou? The Coen Brothers and the musical genre contamination*. En *Contemporary Musical Film*.
- Campbell, Federico. *Periodismo escrito*. Alfaguara, 2005.
- Carroll, Beth y Donnelly, K.J. *Introduction: Reimagining the contemporary musical in the Twenty-first century*. En *Contemporary Musical Film. Music and the moving image series*. Edinburgh University Press. 2017.
- Cohan, Steven. *Hollywood Musicals, The Film Reader*. Routledge. Taylor and Francis Group. London and New York. 2002.
- Cowie, Elizabeth. *Representing the women*. University of Minnesota Press. 1997.
- Donnelly, J.K. *Film and the Twilight of Rock (Rock is dead and film killed it) Post-Millennial Rock Musicals*. En *Contemporary Musical Film*.

- Dr. Stacy L. Smith, Marc Choueiti & Dr. Katherine Pieper (2017). Inclusion in the Recording Studio?
- Dyer, Richard. Entertainment and Utopia en Hollywood Musicals, The Film Reader. Routledge.
- Erhart, Julia. She must be theorizing Things: Fifteen Years of Lesbian Film Criticism, 1981-96. En Straight Studies Modified. Lesbian Interventions in the Academy. London: Cassel, 1997.
- Feuer, Jane. En The Self-reflective Musical and The Myth of Entertainment. En Hollywood Musicals, The Film Reader.
- Fremaux, Stephanie. Is this real enough for you? Lyrical articulation of The Beatles' Songs Across The Universe. En Contemporary Musical Film. Op. Cit. 74
- Grosz, Elizabeth. Deleuze's Bergson: Duration, the Virtual and a Politics of the Future in Buchanan and Colebrook (eds), Deleuze and Feminist Theory.
- Haworth, Catherine. Star quality? Song, celebrity and the jukebox musical in Mamma Mia! En Contemporary Musical Film. Music and the moving image series. Edinburgh University Press. 2017.
- Jiménez Camacho, Isabel. De cines y feminismos en América Latina: El colectivo Cine Mujer en México. (1975-1986). Tesis para obtener el título de Licenciada en Estudios Latinoamericanos. Facultad de Filosofía y Letras UNAM. 2018. México
- Kaplan. E. Ann. Women & Film. Both Sides of The Camera. Routledge, London & New York. 1983.
- McArthur, Sally. *Towards a Twenty-First Century Feminist Politics of Music*. Routledge.
- Mellencamp, Patricia. Sexual Economics. Gold Diggers 1933. En Hollywood Musicals, The Film Reader. Routledge.
- Mundy, John. En Film's Musical Moments.
- Negus, Keith. Music genres and corporate cultures. Routledge. Taylor and Francis Group. London & New York. 1999.
- Neroni, Hillary. Feminist Film Theory and Cléo from 5 to 7. Bloomsbury. 2016.
- Nichols Bill. Speaking Truths with Film: Evidence, ethics, politics in documentary. University of California Press.

- Pinkola, Estés, Clarissa. *Mujeres que corren con los lobos*. Ediciones B. 1995.
- Rayner, Jonathan. *Stardom, reception and The Abba Musical*.
- Saffle, Michael. *(Re)defining the Music Documentary*.
- Strong, Catherine y Raine, Sarah. *Towards Gender Equality in the Music Industry*. Bloomsbury.
- Tincknell, Estella y Conrich, Ian. *Film's musical moments. Music and the moving image series*. Edinburgh University Press. 2006.
- Tincknell, Stella. *The soundtrack movie, nostalgia and consumption*. En *Film's musical moments. Music and the moving image series*.
- Todd, Janet. *Women and film*. Holmes & Meier.
- Warren, Shilyn. *Subject to Reality. Women and Documentary Film*. University of Illinois Press.

### **Mesografía:**

- Addams, S. (2009). *Happy 10th Birthday Napster –Shawn Fanning Speaks*. Recuperado el 19 de febrero de 2019, de: <http://drownedinsound.com/news/4137007-happy-10th-birthday-napster-shawn-fanning-speaks>
- Ain, V. (2019). *Counting the Music Industry. A study of gener inequality in the UK Music Industry*. Recuperado el 03 de Febrero del 2022, de: <https://img1.wsimg.com/blobby/go/0f1af03e-1d6c-4b2f-a3fb-ffebb8cd6604/downloads/Counting%20the%20Music%20Industry%20summary%202019.pdf>
- Allen, Stephen. *Putting together Rip It Up: The Story of Scottish Pop*. Disponible en línea en el sitio oficial de National Museums Scotland: <https://blog.nms.ac.uk/2018/06/15/putting-together-rip-it-up-the-story-of-scottish-pop/>
- Arce, M. *LA RADIO: UN PEQUEÑO CAJÓN QUE IRRUMPE EN LA VIDA COTIDIANA.* Recuperado el 14 de Febrero del 2022, de:



<https://elmirador.sct.gob.mx/cuando-el-futuro-nos-alcanza/la-radio-gran-herramienta-de-comunicacion>

- Asociación de Mujeres de la Industria de la Música (MIM). (2020). *Estudio de género en la industria de España 2020*. Recuperado el 01 de Octubre del 2021, de: <https://asociacionmim.com/wp-content/uploads/2021/02/Estudio-resumen-ejecutivo-confidencial-MIM-febrero-2021.pdf>
- Bain, Vick. Counting The Music Industry: The Gender Gap. Summary of Key Findings. Disponible en línea en: <https://vbain.co.uk/research>
- Bennett, A. (2004). *Consolidating the Music Scenes Perspective*. Recuperado el 16 de Octubre del 2021, de: [https://www.academia.edu/32658624/Consolidating\\_the\\_music\\_scenes\\_perspective](https://www.academia.edu/32658624/Consolidating_the_music_scenes_perspective)
- Bout KEXP. *About KEXP*. Recuperado el 19 de Enero del 2022, de: <https://www.kexp.org/about/>
- Castro Ricalde, Maricruz. El feminismo y el cine realizado por mujeres en México. Número 46 de la Revista Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Consultado en línea en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n46/mcastro.html>
- Charnas D. (2019). *The Rise and Fall of Hip-Hop's First Godmother: Sugar Hill Records' Sylvia Robinson*. Recuperado el 03 de Febrero del 2022, de: <https://www.billboard.com/music/rb-hip-hop/sugar-hill-records-sylvia-robinson-hip-hop-godmother-8533108/>
- Cities of Music Network. Glasgow, Scotland. UNESCO City of Music since 2008. Disponible en: <https://citiesofmusic.net/city/glasgow/> Consultado el 20 de julio de 2021.
- Creative Cities Network. Disponible en. <https://en.unesco.org/creative-cities/mexico-city>. Consultado el 20 de julio de 2021
- Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres. (2019). *¿Qué es el techo de cristal y qué pueden hacer las empresas para impulsar la igualdad de género?*. Recuperado el 22 de Marzo del 2022, de: <https://www.gob.mx/conavim/articulos/que-es-el-techo-de-cristal-y-que-pueden-hacer-las-empresas-para-impulsar-la-igualdad-de-genero?idiom=es>

- Cruz, María Angélica; Reyes, María José y Cornejo, Marcela. Conocimiento situado y el problema de la subjetividad del investigador. Artículo publicado en la revista Cinta de Moebio de la Universidad de Chile. Disponible en línea en: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cmoebio/n45/art05.pdf>
- Decisiones relevantes de la Suprema corte de justicia de la nación. (2011). *Los derechos de autor*. Recuperado el 07 de Diciembre del 2022, de: <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/3839-decisiones-relevantes-de-la-suprema-corte-de-justicia-de-la-nacion-num-76-derechos-de-autor>
- De Medici, Abel. Osa y Martin Johnson: Los reporteros de las tierras vírgenes. Publicado en la sección de Historia de National Geographic. Consultado en línea en: [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/osa-y-martin-johnson-reporteros-tierras-virgenes\\_15170](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/osa-y-martin-johnson-reporteros-tierras-virgenes_15170).
- Di Maggio, P. (2014). *La influencia de internet en la producción y el consumo de cultura. Destrucción creativa y nuevas oportunidades*. Recuperado el 03 de Diciembre del 2022, de: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-influencia-de-internet-en-la-produccion-y-el-consumo-de-cultura-destruccion-creativa-y-nuevas-oportunidades/>
- Domínguez Nicté, Itzel. *Mujeres que aparecen en Rompan en Todo, el nuevo documental de Netflix*. Publicado en el sitio oficial del medio La silla rota el 17 de diciembre de 2020. Disponible en línea en: <https://lasillarota.com/lacaderadeeva/mujeres-que-aparecen-en-rompan-todo-el-nuevo-documental-de-netflix/467007>
- Duarte, Mari C. (2021). *La UNESCO incluye 49 nuevas localidades en su red de ciudades creativas*. Recuperado el 11 de Febrero del 2022, de: [https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/unesco-incluye-49-nuevas-localidades-su-red-ciudades-creativas\\_17465](https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/unesco-incluye-49-nuevas-localidades-su-red-ciudades-creativas_17465)
- ETHW, Radio Corporation of America (2017). About RCA. Recuperado el 04 de Abril del 2022, de: [https://ethw.org/RCA\\_\(Radio\\_Corporation\\_of\\_America\)](https://ethw.org/RCA_(Radio_Corporation_of_America))
- Freitas, T. (2015). Head in Clouds. Recuperado el 23 de noviembre del 2021, de: [https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/gender\\_sp\\_web.pdf](https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/gender_sp_web.pdf)

- Gender and Race/Ethnicity of Artists. (2017). *Songwriters & Producers across 600 Popular Songs from 2012-2017*. Recuperado el 08 de Febrero del 2022, de: <https://assets.uscannenberg.org/docs/inclusion-in-the-recording-studio.pdf>
- Glasgow UNESCO City of Music. Who we are. Disponible en: <https://www.glasgowlife.org.uk/glasgow-unesco-city-of-music/who-we-are>
- Grazyna Ewa G. (2015). *Espectáculo musical; su recepción, traducción y promoción. Dialogo intercultural a través de la música*. Recuperado el 20 de Enero del 2022, de: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/454726/TESI.pdf?sequence=1>
- Ide, Wendy, The Observer Documentary Films en The Guardian. On The Record review- #MeToo music doc is essential viewing. Publicado el 28 de junio de 2020. Disponible en línea en: <https://www.theguardian.com/film/2020/jun/28/on-the-record-review-metoo-music-doc-is-essential-viewing>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021). *Nota técnica de Módulo sobre eventos culturales seleccionados*. Recuperado el 06 de Marzo del 2022, de: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/moddecult/doc/nota\\_tecnica\\_moddecult\\_may2021.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/moddecult/doc/nota_tecnica_moddecult_may2021.pdf)
- Instituto Nacional de Las Mujeres. (2019). *Glosario para la igualdad*. Recuperado el 18 de Enero del 2022, de: <https://campusgenero.inmujeres.gob.mx/glosario/terminos/piso-pegajoso>
- Junio del 2011, Corporación Interamericana de Entretenimiento, S.A.B. de C.V. (BMV: CIE B), Recuperado el 17 de Febrero de 2022 de la base de datos disponible en línea en: <https://cie-ri.com.mx/pdf/anual/anual2010.pdf>
- Kennedy, Gerrick D. El documental de Netflix, ‘Homecoming’, captura a Beyoncé en su mayor esplendor. Publicado en Los Ángeles Times. Disponible en línea en: <https://www.latimes.com/espanol/entretenimiento/la-es-el-documental-de-netflix-homecoming-de-beyonce-captura-un-icono-en-su-mayor-esplendor-20190417-story.html>
- Lugones, María. Multiculturalismo radical y feminismos de mujeres de color. Bringhamton University. Disponible en línea en: [http://e-spacio.uned.es:8080/fedora/get/bibliuned:filopoli-2005-25-3C569DDF-C2D4-C870-87CB-C17FBEC5C5DD/multiculturalismo\\_radical.pdf](http://e-spacio.uned.es:8080/fedora/get/bibliuned:filopoli-2005-25-3C569DDF-C2D4-C870-87CB-C17FBEC5C5DD/multiculturalismo_radical.pdf)

- Marín, T. (2015). *Teorías sobre creatividad*. Recuperado el 14 de Marzo de 2022, de: [https://creatividaddulmar.files.wordpress.com/2015/03/dulmar-perez-teoria\\_creatividad.pdf](https://creatividaddulmar.files.wordpress.com/2015/03/dulmar-perez-teoria_creatividad.pdf)
- Mejía, F. (2006). *El soundtrack de la vida cotidiana: radio y música popular en México D.F Junio 2006*. Recuperado el 19 de Febrero del 2022, de: <http://132.248.9.195/pd2006/0607191/Index.html>
- Ministerio de Cultura Presidencia de la Nación. (2017). *Guía Rec: claves y herramientas para descifrar el ecosistema actual de la música*. Recuperado el 19 de Septiembre del 2021, de: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/02-el-ecosistema-de-la-industria-musical\\_guia-rec.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/02-el-ecosistema-de-la-industria-musical_guia-rec.pdf)
- Music Business Worldwide. (2018). *Stacey Tang named managing director of RCA UK. 2018*. Recuperado el 15 de Enero del 2022, de: <https://www.musicbusinessworldwide.com/stacey-tang-named-managing-director-of-rca-uk/>
- Napster. (2010). ¿Qué es Napster?. Recuperado el 04 de Diciembre del 2021, de: <https://help.napster.com/hc/es-419/articles/213269137--Qu%C3%A9-es-Napster->
- Navarro, S. (2020). *La brecha de género en la industria musical mexicana*. Recuperado el 27 de Noviembre del 2021, de: <https://warp.la/editoriales/brecha-de-genero-musical-mexicana>
- Noticias ONU, Mirada global, historias humanas. (2018). *El Director General de la UNESCO, Koichiro Matsuura, anunció la designación de Glasgow como ciudad de la Música*. Recuperado el 16 de Diciembre del 2021, de: <https://news.un.org/es/story/2008/08/1141321>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Diversidad cultural*. Recuperado el 29 de Noviembre del 2021, de: <https://es.unesco.org/creativity/diversidad-cultural>
- Orozco Moncada, Nadia. “Chavela”, el documental que recorre la vida de una leyenda. Publicado en Radiónica el 7 de julio de 2020. Disponible en línea en: <https://www.radionica.rocks/cine/chavela-documental>

- Página oficial de Kickstarter/Proyecto: Since Yesterday, Music Documentary. Disponible en línea en: <https://www.kickstarter.com/projects/sinceyesterday/since-yesterday-music-documentary>
- Patrik, W. (2013). *La industria musical en una era de distribución digital*. Recuperado el 07 de Diciembre del 2022, de: La industria musical en una era de distribución digital | OpenMind (bbvaopenmind.com).
- Prats, M. (2021). *Ni un tercio de las artistas principales y solo un 6% de DJs: las mujeres en la industria musical*. Recuperado el 10 de Enero del 2022, de: [https://www.huffingtonpost.es/entry/mujeres-musica-industria-machismo\\_es\\_617bbd21e4b06573574797cf](https://www.huffingtonpost.es/entry/mujeres-musica-industria-machismo_es_617bbd21e4b06573574797cf)
- Promoción musical.es (2019). *Industria Musical: Qué es, Historia, Estructura y Modelo de Negocio*. Recuperado el 12 de Diciembre del 2021, de: <https://promocionmusical.es/industria-musical-que-es-historia-modelo-negocio/>
- Raimundo, A. (2016). *La industria musical independiente en Chile, cifras y datos para una caracterización*. Recuperado el 01 de Abril del 2022, de: <https://pdfcoffee.com/la-industria-musical-independiente-en-chile-2-pdf-free.html>
- Ramírez Z. (2017). *¿Por qué en México despreciamos el poder de las industrias creativas?*. Recuperado el 18 de Septiembre del 2021, de: <https://www.forbes.com.mx/la-cultura-riqueza-mal-vista/>
- Ramírez, S. (2019). *La Ciudad de México es nombrada “Capital Cultural de América”*. Recuperado el 11 de Mayo del 2022, de: <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/la-ciudad-de-mexico-es-nombrada-capital-cultural-de-america/>
- Rando, Paloma. *El documental de Lady Gaga te enseña a quererla gracias a sus defectos*. Publicado el 6 de octubre de 2017 en Revista Vanity Fair. Disponible en línea en: <https://www.revistavanityfair.es/cultura/entretenimiento/articulos/documental-via-crucis-lady-gaga-gaga-five-foot-two-netflix/26535>
- RCA Records. (2020). *About RCA*. Recuperado el 12 de Enero del 2022, de: <https://www.rca-records.co.uk/history>

- Real Academia Española, Diccionario de la lengua española. *Concepto Industria*. Recuperado el 11 de Octubre del 2021, disponible en: <https://dle.rae.es/industria>
- Riot Grrrl: El documental “The Punk Singer” está en Streaming. Publicado en Filter México. Consultado en línea en: <https://filtermexico.com/2020/04/02/riot-grrrl-el-documental-the-punk-singer-esta-en-streaming/>
- Rivera, S. (2020). *Consumos streaming juveniles de música*. Recuperado el 09 de Noviembre del 2021, de: <https://www.methaodos.org/revista-methaodos/index.php/methaodos/article/view/396/549>
- Rojas, M. (2017). *Difusión cultural. El proceso hacia su centralidad en las políticas culturales contemporáneas del estado mexicano*. Recuperado el 17 de Marzo del 2022, de: <http://132.248.9.195/ptd2017/enero/0754646/Index.html>
- Routledge. Taylor & Francis Group (2010). *Towards a Twenty-First Century Feminist Politics of Music*. Recuperado el 23 de Agosto del 2022, de: <https://www.routledge.com/Towards-a-Twenty-First-Century-Feminist-Politics-of-Music/Macarthur/p/book/9781138274723#>
- Ruiz, A. (2010). *Interpretación y difusión: dos formas diferentes de ver el patrimonio*. Recuperado el 17 de Diciembre del 2021, de: <https://www.ugr.es/~arqueologyterritorio/PDF7/Parrondo.pdf>
- Ruíz, J. (2017). *Nietzsche al piano: “La vida sin música sería un error”*. Recuperado el 28 de Enero del 22, de: <https://www.elmundo.es/cultura/2017/09/14/59b9996a468aebf2298b4655.html#:~:text=Nietzsche%20dec%C3%ADa%20que%20la%20m%C3%BAsica%20era%20un%20hechizo.&text=La%20m%C3%BAsica%2C%20dec%C3%ADa%20el%20divino%20Friedrich%2C%20es%20tr%C3%A1gica%20y%20melanc%C3%B3lica.&text=As%C3%AD%20que%20le%20escribi%C3%B3%20a,el%20a%C3%B1o%201877%2C%20en%20septiembre.>
- Sasturain, L. (2020). *Entrevistamos a Albina Cabrera, Productora de Contenidos Latinoamericanos en KEXP*. Recuperado el 02 de Febrero del 2022, de: <https://elplanteo.com/entrevistamos-a-albina-cabrera-productora-de-contenidos-latinoamericanos-en-kexp/>

- Scottish Women Inventing Music. Disponible en: <https://www.scottishwomeninventingmusic.com/fullmission>.
- Sistema, Scotland. Sitio web oficial. Disponible en línea en: <https://www.makeabignoise.org.uk/sistema-scotland/>
- Sitio oficial de Creative Cities, UNESCO. Glasgow, Music. Disponible en línea en: <https://en.unesco.org/creative-cities/glasgow>
- Sitio oficial de Creative Cities UNESCO. Mexico City, Design. Consultado en línea en: <https://en.unesco.org/creative-cities/mexico-city>
- Sitio oficial del Royal Conservatoire of Scotland. Spotlight on Samantha McShane. Disponible en línea en: <https://www.rcs.ac.uk/review/spotlight-on-samantha-mcshane-head-of-artistic-planning/> Consultado el 3 de enero de 2022.
- Sitio oficial de Vbain Consulting. Diversity in Music Industry. Research: Counting The Music Industry. Disponible en línea en: <https://vbain.co.uk/research>
- Sitio web oficial de Keychange. Disponible en línea en: <https://www.keychange.eu/themovement>
- Sitio web oficial de National Youth Orchestras of Scotland. Disponible en línea en: <https://www.nyos.co.uk/>
- Sitio web oficial de Scottish Women Inventing Music (SWIM). The Culture Dive Podcast. PDF del episodio 2. Disponible en línea en: <https://www.scottishwomeninventingmusic.com/podcast>.
- Sitio web oficial de UK Music. About UK Music Disponible en línea en: <https://www.ukmusic.org/about/>
- Sitio web de la Real Academia Española. Diccionario de la lengua española. Significado de hagiografía. Disponible en línea en: <https://dle.rae.es/hagiograf%C3%ADa> Consultado el 13 de octubre de 2021.
- Solano, C. (2018). *Los derechos de autor, la industria creativa, cultural y la música: La evolución en conjunto de la industria cultural y creativa de la mano de la tecnología, los derechos de autor, los medios de distribución y la sociedad*. 2018. Recuperado el 19 de Septiembre del 2021, de: <http://132.248.9.195/ptd2018/enero/0770110/Index.html>

- Trendell A. (2018). *BBC's Woman's Hour reveal 'Women In Music Power List' for 2018*. *NME*. Recuperado el 16 de Enero del 2022, de: <https://www.nme.com/news/music/most-powerful-women-in-music-2018-2384363>
- Urbina, V. (2018). *La cultura musical 'Do It Yourself'*. Recuperado el 18 de Noviembre del 2021, de: <https://plazacapital.co/escena/3268-la-cultura-musical-do-it-yourself>
- Vives, J. (2020). *¿Qué hace un productor musical?*. Recuperado el 03 de Febrero del 2022, de: <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20180910/451722465568/produccion-musical-productor-exitos-musica.html>
- Wesler, P. (2018). *Proceso creativo en la composición musical con tecnología electrónica*. Recuperado el 08 de Noviembre del 2021, de: <http://arteselectronicas.untref.edu.ar/uploads/pdf/1578071726.pdf>
- Woodside, J. (2018). *La industria musical en México: panorama crítico y coordenadas de análisis*. Casa de las Américas. Recuperado el 21 de Septiembre de 2021, de: <http://casadelasamericas.org/publicaciones/boletinmusica/48/p21-41%20BM%2048-49.pdf>

### **Filmografía y videografía:**

- Cuenta de Youtube de ONG Circo Volador Oficial. *Mujeres en la industria musical*. Publicado el 19 de agosto de 2021. Disponible en línea en: <https://www.youtube.com/watch?v=QGmoJoAwPIU&t=633s>
- Dagoberto Márquez Haro (productor), Katia Andrea Morales Gaitán (directora). 2014. *Pioneras* (cinta cinematográfica). Género: Corto Documental. México. Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, Chicks on Films.
- Martínez, Paloma. *Underplayed: Documental canadiense expone la desigualdad de las mujeres en el ámbito musical*. Disponible en línea en el sitio web de Radio Internacional Canadá: <https://www.rcinet.ca/es/2021/03/08/el-documental-canadiense-underplayed-expone-la-desigualdad-de-las-mujeres-en-el-ambito-musical/>.



- NationalMuseumsScotland en Youtube. Rip It Up: A tour of the exhibition with Stephen Allen [vídeo] 2018. Disponible en línea en: <https://www.youtube.com/watch?v=Zf6BRL4tCJs>
- Rojas Gamarra, Carmen. Directora en Vimeo en su película Brujas/Witches. Disponible en línea en <https://vimeo.com/252031135>
- Sitio web de Zuria Producciones. Mujeres de la Música | Documental | Directivas de la industria musical en España. Disponible en línea en: <https://zuria.pro/mujeresdelamusica>.
- Tom Harper (director). *Wild Rose* (película). Reino Unido. BFI Film Fund, Creative Scotland, Fable Pictures, Film4 Productions. Distribuidora: Neon

#### **Podcast:**

- De Miguel, R. (Anfitriona). (2021 - Presente). *Las verdaderas jefas de la industria musical*. [Podcast]. Spotify. Recuperado el 04 de Marzo del 2022, de: <https://open.spotify.com/episode/3yRB2dlE0N1TvpVWa3GaZz>
- BBC. Stacey, Tang. (Anfitriona). (2018). Power List 2018. *Entrevista por Woman's Hour, Sounds BBC, UK*. Recuperado el 14 de Enero del 2022, de: <https://www.bbc.co.uk/sounds/play/p06pznc9>
- Wakks, P. & Ahned B. (Anfitriones). (2021). Haciendo Industria. *El Machismo en la industria musical (con Moni Saldaña, Daniela Spalla y Caro Antón)*. (No.04). [Episodio de podcast]. Spotify. Recuperado el 10 de Marzo del 2022, de: <https://open.spotify.com/episode/0yonOd38zx4JutO09q2K0U?si=F0r0gQ1TSDOs-Xbwl8m4ew>

