

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2024-2025



***Mujeres que están transformando la industria musical en
España: la brecha del sonido***

**Women Who Are Transforming the Music Industry in Spain:
The Sound Gap**

Alumna: Esther Rodríguez Sogorb

Tutora: Alba García Ortega

AGRADECIMIENTOS

Gracias a mi familia, especialmente a mi madre, que nunca ha dejado de estar a mi lado y de apoyarme en cada paso.

A Paloma, por ser mi compañera, mi calma, mi refugio y mi apoyo cuando más lo necesitaba.

A mi tutora, Alba, por confiar en mí, guiarme y acompañarme con sus consejos durante todo este camino.

Y a mí, por mantenerme firme cuando parecía que todo era demasiado, por creer en este proyecto y en todo lo que todavía está por venir.

“Parece que lo que escribe una mujer asusta, pero solo contamos lo que vivimos”

Rozalén



RESUMEN

Las mujeres siempre han tenido un papel importante en la historia de la industria musical española, pero han sido invisibilizadas e incluso menospreciadas durante décadas. A día de hoy, la desigualdad de género sigue siendo una realidad que afecta a artistas, compositoras y profesionales de la música, y lo vemos presente en la sexualización en los escenarios, la poca representación en festivales y medios de comunicación, la poca visibilidad como creadoras y la brecha salarial, entre muchas otras.

A pesar de ello, cada vez más mujeres están logrando transformar la industria musical en España y, con el apoyo de varias iniciativas externas, como por ejemplo plataformas independientes, están consiguiendo espacio en un sector históricamente dominado por hombres. Se ha logrado abrir un debate necesario sobre la igualdad de género en la música, pero aún está lejos de alcanzar cambios reales en la sociedad.

Con este reportaje se pretende analizar el impacto que tiene la desigualdad de género en la industria y dar visibilidad a los avances que se han conseguido a lo largo de los años.

Palabras clave:

Mujeres, industria musical, representación, sexualización, brecha salarial, igualdad de género



ABSTRACT

Women have always played an important role in the history of the Spanish music industry, but for decades they have been rendered invisible and even undervalued. To this day, gender inequality remains a reality that affects artists, composers and music professionals, and we can see it in the sexualization on stage, the lack of representation at festivals and in the media, the limited visibility of women as creators and the gender pay gap, among many other issues.

Despite this, more and more women are managing to transform the music industry in Spain and, with the support of various external initiatives such as independent platforms, they are gaining space in a sector historically dominated by men. A necessary debate on gender equality in music has been opened, but real change in society is still a long way off.

This report aims to analyze the impact of gender inequality in the industry and to highlight the progress that has been made over the years.

Key-words:

Women, music industry, representation, sexualization, gender pay gap, gender equality

ÍNDICE

1. Introducción y justificación del reportaje.....	5
2. Material y método de trabajo.....	6
3. Título del reportaje publicado.....	10
4. Interpretación derivada de la investigación.....	19
4.1. La invisibilización histórica y sus consecuencias actuales.....	19
4.2. Manifestaciones actuales de la desigualdad de género.....	20
4.2.1. Sexualización en los Escenarios y Medios.....	20
4.2.2. Representación de las mujeres en festivales y medios.....	21
4.2.3. La brecha salarial.....	24
4.2.4. El techo de cristal y las barreras profesionales.....	25
4.3. Avances y transformaciones en curso.....	26
4.4. Iniciativas y plataformas para el futuro.....	27
5. Bibliografía y fuentes documentales.....	28
6. Materiales e infraestructura utilizada.....	31
7. Anexo I: Anteproyecto.....	32
7.1. Definición de la temática, enfoque y justificación de su valor noticioso.....	32
7.2. Objetivos y preguntas de investigación.....	33
7.3. Cronograma de trabajo.....	33
7.4. Selección, presentación y justificación de las fuentes propias.....	35
7.5. Presentación de la autora y breve currículum.....	36
7.6. Formato del reportaje.....	36

1. Introducción y justificación del reportaje

Cuando hablamos de música, no hablamos solo de melodías. Hablamos de quién la compone, quién la produce, quién la hace sonar... Y también, inevitablemente, de quién no. Este reportaje nace de una ausencia. O, tal vez, de muchas. Ausencias que, como los silencios en una partitura, dicen más que las propias notas. Porque en los escenarios, en las cabinas de sonido, en las oficinas de contratación, siguen faltando mujeres. No por falta de talento. No por falta de interés. Sino por una inercia estructural que se niega a bajar su volumen y dejar espacio a otras voces.

“Mujeres que están transformando la industria musical en España: la brecha del sonido” surge de esa necesidad de escuchar lo que durante años ha sido silenciado y de mostrar que hay una corriente subterránea que está esbozando otra forma de entender la industria musical. Como en una buena composición, los silencios hablan, pausan y permiten respirar. Y este reportaje también es un respiro: un alto en el ruido de lo establecido para escuchar lo que aún no suena en las listas, pero ya se siente. Un intento de registrar con sensibilidad y con rigor lo que muchas mujeres han venido señalando desde hace décadas: la música, como espacio de creación, de trabajo y de influencia cultural, también tiene dinámicas de exclusión y de poder que relegan a las mujeres a posiciones secundarias.

La historia de la industria musical en España no se entiende sin las mujeres. Están ahí, han estado siempre. Cantando, componiendo, produciendo, enseñando. Pero también han sido sistemáticamente apartadas de los créditos, de los premios y de los relatos oficiales. Y no es casualidad, sino una construcción. Es el resultado de una profunda masculinización de la industria que ha operado bajo estándares patriarcales, estableciendo una jerarquía de poder masculino que ha erigido un techo de cristal.

La falta de estudios, de archivos y de datos ha sido durante mucho tiempo otra forma de silencio. No nombrar, no registrar, no investigar ha sido otra manera de negar su existencia. De hecho, el primer estudio específico sobre la brecha de género en la industria musical española fue publicado en 2020 por la Asociación de Mujeres de la Industria de la Música (MIM). Desde entonces, han empezado a surgir informes y datos que visibilizan estas desigualdades, aunque la información sigue siendo insuficiente para reflejar toda la realidad.

Hoy, en pleno siglo XXI, seguimos ante una industria que no representa ni refleja la diversidad real de quienes hacen posible la música. Las desigualdades persisten. Se sienten en los sueldos –la brecha salarial en el sector musical supera el 20% y el 81% de las mujeres ha tenido que renunciar a alguna parte de su vida personal para poder seguir en la música (Asociación MIM, 2025)–; en los carteles de los festivales –la presencia femenina apenas ronda el 25% en España (Objetivo Igualdad, RTVE, 2020)–; en la escasa presencia de mujeres en los roles técnicos, como en la producción –solo el 2’6% de las mujeres encuestadas son técnicas de grabación (Asociación MIM, 2021)–; y en las cúpulas directivas –las mujeres solo lideran el 37% de empresas musicales en España (Asociación MIM, 2021)–. La industria musical sigue siendo un espejo desigual. Y ese reflejo, además de injusto, es incompleto.

Este reportaje quiere aportar una mirada rigurosa, pero también empática. Quiere poner foco, pero sin deslumbrar. Porque se trata de denunciar, pero también de mostrar los caminos que ya se están trazando. Las redes, los colectivos, los proyectos independientes que están generando otra forma de hacer música. Otro modo de ocupar el espacio. Porque reconocer estas voces es una deuda pendiente y una apuesta por una música más rica, más plural y más viva.

2. Material y método de trabajo

La elección del tema no responde a una casualidad, sino a una necesidad concreta: investigar y visibilizar la desigualdad de género en la industria musical desde una mirada crítica, situada y comprometida con el contexto actual. Música y género, dos ejes que, inevitablemente, terminan por cruzarse.

Uno de los principales obstáculos ha sido la falta de información. Algunos indicios eran evidentes: carteles de festivales con muy pocas mujeres, una mayoría masculina en los equipos técnicos, o la falta de referentes femeninos en ciertos puestos clave. No existen bases de datos oficiales. No hay cifras claras. No se encuentran informes públicos que recojan de forma precisa quién hace qué en esta industria cuando se trata de mujeres. Esa ausencia no es accidental, sino estructural. Porque lo que no se registra, no se reconoce. Y lo que no se reconoce, no se transforma.

Con la idea más clara y frente a esa falta de mapa, empecé el proceso de documentación. Lo primero fue buscar datos y estadísticas sobre la presencia femenina en la industria musical, pero enseguida me encontré con un vacío bastante grande. No hay demasiados informes ni estudios en profundidad, y esa falta de información ya me pareció un síntoma. Entonces decidí ampliar el enfoque y empecé a leer artículos, buscar testimonios en medios, seguir a colectivos y asociaciones en redes sociales (como shesaid.so o MIM), e ir anotando nombres que me interesaban para contactar.

A lo largo de marzo y abril comencé a realizar entrevistas. Busqué perfiles de distintas áreas del sector porque me parecía importante que no todo girara únicamente en torno al escenario. Quería incluir también a mujeres que trabajan en la parte técnica, en la producción, en comunicación, en la gestión cultural..., todas esas figuras que muchas veces quedan en segundo plano, pero que sostienen gran parte de la industria desde detrás. Algunas entrevistas se hicieron en persona, otras por videollamada, debido a la dispersión geográfica y de horarios.

En un principio pensé en hacer algo audiovisual, pero no fue viable por cuestiones técnicas y logísticas. Por eso, decidí centrarme en un reportaje escrito, que me daba más libertad para ordenar los contenidos y también me permitía cuidar con más detalle el relato. Elegí como plataforma Medium porque me parecía un soporte accesible, intuitivo y visualmente limpio. Facilita una lectura sin distracciones, permite estructurar los bloques con claridad y acompañar el texto con imágenes, enlaces, destacados o recursos complementarios sin romper el ritmo. Además, su diseño se ajusta bien a la naturaleza del proyecto. Se puede

integrar todo de forma coherente, respetando el tono y la mirada que quería mantener desde el principio. Complementariamente, he adaptado el reportaje a formato podcast o audio, lo que permitirá su difusión en plataformas especializadas como iVoox. Así también queda en un formato más cercano, porque pueden escucharse los testimonios contados con sus propias voces.

Las entrevistas se fueron transcribiendo sobre la marcha, y fue en mayo cuando ya pude sentarme a ordenar todo el material y dar forma definitiva a los textos. Algunas imágenes que acompañan los artículos han sido cedidas por las propias entrevistadas, otras son de autoría propia.

Las voces recogidas aquí son la base del proyecto. He intentado que representen distintas realidades dentro de la música, pero todas tienen algo en común: han vivido o sentido algún tipo de desigualdad en un entorno que todavía sigue siendo muy masculino en muchas de sus estructuras. A continuación, se incluyen breves fichas de cada una de ellas:

Miriam Rodríguez

Cantante, compositora y actriz, Miriam Rodríguez dio el salto a la escena pública en 2017 con su paso por *Operación Triunfo*. Desde entonces, ha construido su camino a base de trabajo, emoción y una conexión muy real con su público. En 2018 publicó *Cicatrices*, su primer disco; en 2020 llegó *La dirección de tu suerte*, y en 2023 volvió a emocionarnos ganando la décima edición de *Tu cara me suena*. Con *Líneas rojas*, su tercer álbum lanzado en febrero de 2024, Miriam firma una propuesta más valiente, más suya. Ahora está de gira, compartiendo escenario con quienes han crecido con ella y siguen encontrándose en sus canciones.

Yoly Saa

De cantar en el metro a compartir escenario con los grandes. Yoly Saa llegó a Madrid con la guitarra a cuestas y la determinación de hacerse un hueco en la industria. Lo consiguió. Su primer disco de estudio, "*Magma*", la situó como una de las voces emergentes más prometedoras del panorama nacional. Luego vendría *A golpes de fe*, un álbum íntimo y poderoso que ya supera los cinco millones de escuchas. Pero su talento no se limita a sus propios temas: compone para artistas como Malú o Luz Casal, y ha participado en el programa *Dúos increíbles* de RTVE, compartiendo micrófono con figuras como Miguel Poveda, Ana Belén o Sole Jiménez. Una voz que se abre paso sin pedir permiso.

María Climent

Hay quienes hacen carrera desde los focos y quienes lo hacen desde las estructuras. María Climent pertenece a este segundo grupo. Se mueve entre lo legal y lo estratégico, trabajando en el área de *legal & business affairs* de GTS, la agencia de artistas de Universal Music. Llegó a la industria tras cursar un máster en Música en el Instituto Pons, y desde entonces, no ha parado. También es mánager de Jorge Atienza y comenzó su trayectoria haciendo booking y apoyando a otros músicos desde la autogestión. Su camino habla de una industria que también se construye desde los márgenes.

Martta Sanz

Tiene 21 años, viene de Alicante y no le tiembla la voz al hablar de lo que siente. Su proyecto musical comenzó en 2023 con *Tartamudeo*, un tema que habla de esos nervios

que a veces nos paralizan. Le siguieron *A ratos, mal y tarde*, *Disociando* y *Eva*, una canción que rompe silencios sobre sexualidad femenina y relaciones entre mujeres. Su último trabajo, el EP *Creación destrucción*, condensa esa mezcla de pop, valentía y discurso generacional que la define. En directo, ha pisado escenarios como la Sala Fulanita de Madrid o la Euterpe de Alicante. Martta Sanz No busca gustar a todos, sino decir lo que nadie se atreve.

Elia Gosálbez

Cantautora de pop alternativo con tintes R&B, Elia apuesta por una propuesta honesta y emocional. Con una voz cálida y un estilo propio, ha conquistado a públicos diversos en escenarios como la Sala Euterpe, Las Clarisas o El Refugio del Poeta –donde llegó incluso a colgar el cartel de "entradas agotadas"–. En 2025 estrenará su primer disco, *El viaje de Perséfone*, bajo la dirección musical de Juan Saurín. Pero su trayectoria no empieza ahí: ha sido finalista en concursos como el UMHFest Talent o el Festival Noches Mágicas, ha colaborado con artistas como Javier Santa o Yaike, y acumula más de 250.000 reproducciones en plataformas. Su música y su mensaje camina entre la sutileza, la fuerza y la reivindicación.

LNA

LNA es el proyecto musical de Elena Linares, ilicitana de 22 años que empezó a componer a los 15 y no ha dejado de crear desde entonces. Su propuesta nace de lo vivido, de lo íntimo, y se sostiene en una presencia escénica capaz de conmover o encender al público en un mismo concierto. Actualmente compagina su primera gira con la grabación de su EP debut, mientras sigue formándose en producción musical, canto y armonía. Ha compartido escenario con artistas como Julia Medina, Ainoa Buitrago o Yoly Saa, y ha participado en eventos como "El Día de la Poesía" en Madrid, consolidándose como una voz emergente con mucho que contar.

Arantza M. Huarte

Presidenta de +MÚSICAS, una plataforma que, desde 2018, trabaja por una industria más igualitaria y representativa. No es solo un colectivo: es una red de acción que impulsa ciclos de conciertos, estudios, conferencias, podcasts, premios y encuentros que colocan a las mujeres artistas en el centro. Su labor ha sido respaldada por figuras como Rozalén, Amaral, Alice Wonder o Delaporte, y se ha convertido en un punto de encuentro esencial para el talento emergente. Desde +MÚSICAS, Arantza insiste: no se trata solo de estar, sino de ser escuchadas.

Gala Nell

Poco imaginaba Gala Nell que, apenas seis meses después de lanzar su proyecto, una canción cambiaría su vida: *Ojitos caramelo* la catapultó a millones de escuchas y le permitió dejar su trabajo como enfermera para mudarse a Madrid y vivir de la música. Desde entonces, no ha dejado de crecer de forma orgánica, consolidándose como una de las voces emergentes más prometedoras. En marzo de 2025 publicó su primer álbum, *Ibuprofeno*. Sus últimos *singles*, *Filosofar* y *Costa Brava*, muestran una nueva faceta más veraniega, con la que Gala reafirma que su música ya suena los 365 días del año.

No hay respuestas únicas, pero sí patrones que se repiten. Y uno de ellos es especialmente inquietante: la percepción desigual entre géneros sobre el estado de la igualdad. Mientras

muchas mujeres denuncian que no se han implementado cambios reales, muchos hombres afirman lo contrario. Ese desfase, más que una diferencia de opinión, es un síntoma de desconexión, de falta de diálogo y de urgencia.

Este reportaje es un intento de tejer ese diálogo y de unir los puntos. De poner en común fragmentos dispersos para entender mejor qué está pasando. Y sobre todo, para imaginar con datos, experiencias e intención qué podría pasar si la industria empezara, por fin, a escucharse a sí misma. La estructura del reportaje está claramente definida. Esta se articula de la siguiente manera:

- Introducción contextual: se abre con una reflexión que presenta el concepto de “la brecha del sonido”, un término que resume la desigualdad estructural en la industria musical. A partir de esa imagen, se exponen algunos aspectos clave del problema, como la invisibilización, la falta de reconocimiento y el sesgo que sigue presente en los espacios de decisión.
- Datos y cifras: después de la introducción, se muestran datos que respaldan el enfoque del reportaje. Se recogen cifras que confirman la baja presencia de mujeres tanto en los escenarios como detrás de ellos, en los puestos técnicos, creativos y estratégicos. Estudios como los elaborados por la Asociación MIM (Mujeres de la Industria de la Música I y II) ofrecen una base estadística para entender mejor la situación.
- Testimonios de mujeres en la industria: cantantes, técnicas, compositoras, y productoras como Yoly Saa, Miriam Rodríguez y Gala Nell, entre otras. En sus relatos aparecen los estereotipos, el cuestionamiento constante, la presión estética y el peso de tener que demostrar más por el simple hecho de ser mujer. Esta sección es el corazón del reportaje: se informa, pero también se escucha.
- Análisis de espacios y plataformas: la desigualdad también se produce en festivales, listas de reproducción, los medios de comunicación y las plataformas digitales. También se reflexiona sobre los algoritmos y otras barreras invisibles.
- Estrategias de cambio y resistencia: emergen formas nuevas de hacer música –desde la autogestión, la autonomía, el aprendizaje autodidacta–. Aparecen colectivos, espacios de apoyo mutuo y también una apropiación inteligente de las redes sociales, no solo como vitrina, sino como herramienta de comunidad.
- Conclusión: el texto cierra con una convicción. El problema no es solo de presencia, sino de poder. No se trata solo de contar cuántas mujeres hay, sino de quién toma las decisiones, de quién puede construir relato, industria, futuro. Y para eso, lo que se necesita es una transformación real: educativa, política y cultural. Una que no solo escuche las voces que ya están, sino que las amplifique.

Con respecto a las plataformas, no todas sirven para lo mismo. Y en un contexto tan saturado de estímulos como el actual, decidir dónde y cómo compartir lo que haces es, también, una decisión estratégica. En este caso, se ha optado por dos canales muy distintos pero complementarios: Instagram y Medium. El primero por su inmediatez, por su lenguaje visual y por esa capacidad que tiene de atrapar con una imagen. Se utiliza principalmente para promocionar el proyecto. El segundo por todo lo contrario: por ofrecer un espacio más reposado, donde poder contar el proceso con calma y detenerse en lo que no siempre se ve. Entre los dos, se construye una narrativa que muestra el resultado e invita a entenderlo.

3. Título del reportaje publicado

El título del reportaje es “Mujeres que están transformando la industria musical en España: la brecha del sonido”. La primera parte sitúa el foco: ellas, las protagonistas, las que transforman una industria que durante demasiado tiempo ha hablado en masculino. La segunda, sin embargo, incomoda: “la brecha del sonido” no es solo una metáfora, es un síntoma. Un silencio impuesto, una diferencia de volumen, una desigualdad estructural que atraviesa decisiones, espacios y relatos. Ese título, más que informar, interpela.

- Versión publicada en la plataforma Medium: <https://goo.su/2tGu0le>

Además, las entrevistas completas a cada una de las protagonistas están también disponibles en Medium. De este modo, se puede acceder a ellas sin filtros, y recorrer en profundidad los matices de cada testimonio. Porque si algo busca este trabajo es amplificar lo que durante tanto tiempo no ha tenido suficiente volumen: su palabra.

- Entrevista a Miriam Rodríguez: bit.ly/MiriamRodriguez40nlfRu
- Entrevista a Yoly Saa: bit.ly/YolySaa455lG4h
- Entrevista a Martta Sanz: bit.ly/MarttaSanz454X394
- Entrevista a Elia Gosálbez y LNA: bit.ly/EliaLNA454X7FQ
- Entrevista a Arantza M. Huarte: bit.ly/ArantzaMHuarte3TFPVK1
- Entrevista a Gala Nell: <https://bit.ly/GalaNell46MqPkd>
- Entrevista a María Climent: <https://bit.ly/40qtDj4>

Mujeres que están transformando la industria musical en España: la brecha del sonido

Productoras, técnicas, compositoras y cantantes abren camino a una nueva generación de mujeres que transforman la industria musical española desde la base

Cuando hablamos de desigualdad en la música española, no hablamos solo de cifras: hablamos de silencios. De voces que no suenan. De decisiones que todavía hoy se toman con sesgos de género. La brecha del sonido es eso: la distancia entre el volumen que alcanzan las voces masculinas y el eco –mucho más tenue– que reciben las femeninas. Durante décadas, los escenarios, los estudios, las cabinas de sonido y las mesas de decisiones han estado ocupados mayoritariamente por hombres. Intérpretes, productores, programadores, técnicos, gestores. Las mujeres están, sí. Cada vez más. Pero siguen estando menos. Y, sobre todo, siguen siendo menos reconocidas.

¿Es un problema estructural? Los datos así lo corroboran. Según datos del informe *Women in Music* de la Universidad de Southern California, en 2020, solo el 20 % de los artistas que aparecieron en las listas *Billboard* eran mujeres. En 2024, la cifra ha subido al 37,7 %, pero sin rastro de dúos o bandas femeninas en el ranking. Y en España, entre 2008 y 2020, los hombres firmaron el triple de éxitos que las mujeres: 36 frente a 12, de media anual. Además, las bandas integradas solo por mujeres apenas aparecen en el top 50. No es casualidad. Es patrón.

En España, solo el 2,6 % de las mujeres encuestadas en la industria musical trabajan como técnicas de grabación, según el estudio de MIM



Elena González “Elenaiser”, técnica de sonido en la gira de Lori Meyers (2022) | Foto tomada de sus redes sociales

Pero los datos no solo se quedan en los escenarios. En los roles técnicos, la situación es todavía más preocupante. En 2020, solo el 2 % de los productores acreditados en la lista de fin de año del *Billboard Hot 100* eran mujeres. Eso es: una mujer por cada 38 hombres en una muestra de seis años. Aunque en 2024 ha habido un ligero aumento al 5,9 % de los créditos de producción en manos de mujeres, esto sigue significando que el 93,3 % de las canciones a lo largo de 13 años se han hecho sin la participación de productoras. De nuevo, en el panorama español, el *Estudio de género de la música en España* de MIM señala que solo el 2,6 % de las mujeres encuestadas son técnicas de grabación.

Voces que rompen el silencio

Detrás de esta realidad están los testimonios de artistas que han decidido no adaptarse al sistema, sino transformarlo. Mujeres que han optado por aprender a producirse solas, por autogestionar sus carreras y por visibilizar la desigualdad en cada entrevista y en cada verso.

Una de ellas es [Yoly Saa](#), cantante y letrista gallega, que pasó de tocar en el metro de Madrid a llenar salas en México. Pero ese ascenso no la ha blindado frente al machismo cotidiano. “Hasta que no llega mi mánager, que es un hombre, no se fían de mí, que soy la artista. Me explican cómo usar un equipo que he usado mil veces en conciertos y que

conozco mejor que ellos”, cuenta. También recuerda cómo su teclista, experta en sintetizadores, era ignorada por los técnicos de sonido, que no se molestaban en escucharla. “Pierdes credibilidad solo por ser mujer”, concluye.

“Hasta que no llega mi mánager, que es un hombre, no se fían de mí, que soy la artista”, afirma Yoly Saa



Yoly Saa durante su concierto en la Sala But de Madrid (mayo de 2025) | Foto tomada de sus redes sociales

[Martta Sanz](#), cantautora y técnica de sonido, vivió una experiencia similar durante su formación. “En las prácticas no me dejaban tocar la mesa. Me mandaban a poner cables o micros. Y lo decía. Yo quiero hacerlo todo, no solo una parte”, afirma con indignación. Una vez, un profesor soltó delante de todos: “Que os lo tenga que decir una mujer”. “Si eso te lo dice un profesor, imagínate fuera en el mundo. Falta que los técnicos de sonido dejen de pensar que las mujeres que son músicas no tienen ni idea de lo que están tocando o haciendo”, afirma. Más tarde, cuando publicó su canción *Úsame*, recibió una avalancha de comentarios machistas. “Si esa canción la canta un hombre, no pasa nada. Decían que luego nosotras pedíamos que se nos respetara. Es que no han entendido nada de la canción”.

¿Y qué hay del sesgo estético dentro de la música? [Elia Gosálbez y LNA](#), dos cantautoras emergentes, coinciden en que el sistema no solo cuestiona la competencia técnica de las mujeres, sino también su identidad artística. “Se espera que las mujeres hagamos baladas suaves, canciones de amor, que seamos dulces”, dice Elia. Por eso, cuando una mujer escribe desde el deseo, desde la rabia o desde la vulnerabilidad más cruda, incomoda. Ambas artistas han sido etiquetadas como “monas” o “tiernas”, aunque sus letras hablen de temas tan duros como el duelo, la ansiedad o las relaciones tóxicas. “Cuando un hombre escribe sobre eso, se le considera valiente”, añade LNA.

“Se espera que las mujeres hagamos baladas suaves, canciones de amor, que seamos dulces”, dice Elia



Elia Gosálbez durante la presentación de "Els Cursos d'Estiu" de la Universidad de Alicante en su Museo | Foto tomada de sus redes sociales

Las playlists, los festivales, los medios... Replican ese sesgo. “Parece que la música hecha por mujeres solo puede gustar a mujeres. Como si no fuera universal”, critica Elia. “La música hecha por mujeres no es un género”, defiende. Las mujeres escuchan un 32,3 % de música de artistas femeninas o de género mixto, mientras que los hombres escuchan un 18,1 %. Y tan solo el 23 % de todos los oyentes en Spotify escucha música de artistas femeninas o de género mixto, según *Every Noise at Once*, un sitio web para descubrir música creado por Glenn McDonald, ex empleado de esta misma plataforma de streaming.

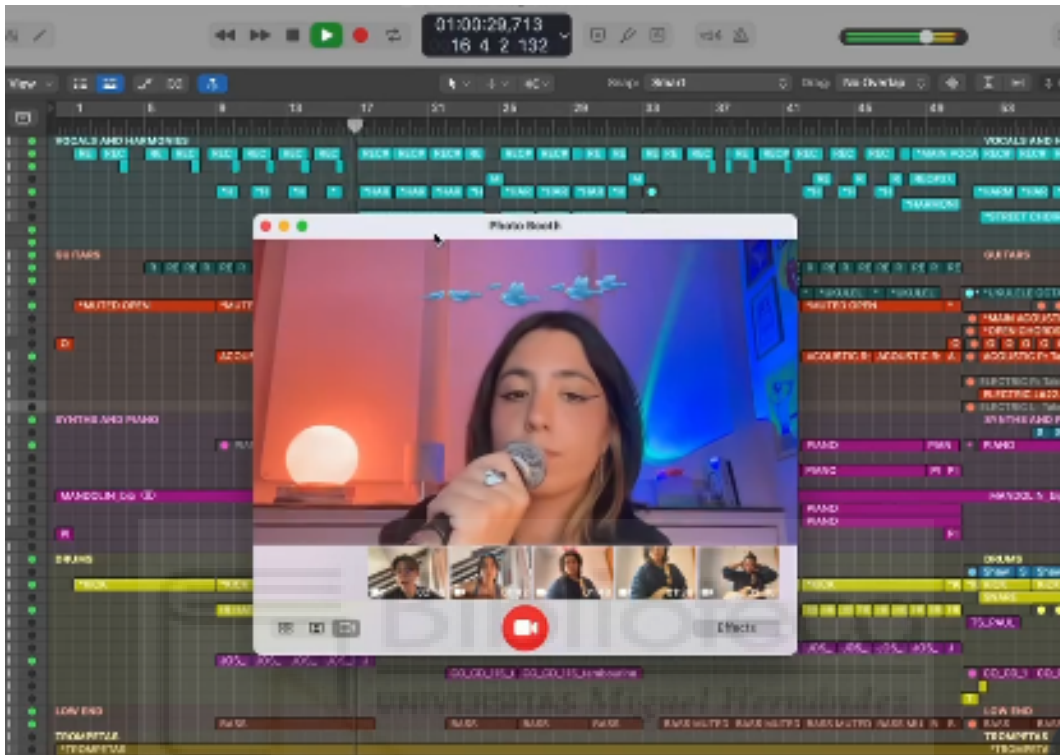
Solo el 23 % de los oyentes en Spotify escucha música de artistas femeninas o de género mixto, según Every Noise at Once

Autonomía y presencia: nuevas formas de hacer música

Para muchas artistas, la solución ha sido asumir el control total de su obra. [Gala Nell](#), productora y cantautora, decidió aprender a producir por necesidad. “No quería tener que explicarle a un productor hombre cómo quería sonar, lo que yo quería hacer o lo que significa para mí una historia de amor entre mujeres. Siento que las expectativas que se tienen de ambos sexos o géneros son distintas”, afirma. Aprendió desde cero, viendo tutoriales y cometiendo errores, pero sabía que no podía permitirse el lujo de equivocarse. “Un productor se puede permitir hablarte mal, no entregar algo a tiempo o hacer una ‘mierda’ de canción. Se les permite fallar y a nosotras no. Si es así, no te vuelven a llamar ni se fían de tu profesionalidad”, concluye. A esa presión se le suma la precariedad. “Alquilar

una sala es un riesgo enorme”, cuenta LNA. “Pagas a los músicos, los técnicos, el alojamiento..., y no sabes si recuperarás la inversión. Si además dudas de ti misma, como nos han enseñado a hacer, ni lo intentas”.

“No quería tener que explicarle a un productor hombre cómo quería sonar, ni lo que significa para mí una historia de amor entre mujeres”, afirma Gala Nell



Gala Nell mostrando la producción en pantalla y cantando su último single “Costa brava” | Foto tomada de sus redes sociales

Esta brecha también se refleja en los festivales españoles. Solo un 10 % de los artistas de los festivales fueron mujeres en 2017, en 2018 subió a tan solo un 13 % y durante los siguientes años ha oscilado entre un 13 % y un 18 %, según la plataforma +MÚSICAS. Y cuando se organizan festivales centrados en artistas femeninas, como el Equal Fest, la respuesta del público no siempre acompaña. “No llenaron el WiZink Center y ya no lo repitieron. ¿Cómo puede ser eso llevando a artistas femeninas tan top como Lola Índigo o Judeline?”, lamenta Elia.

En los festivales españoles, la presencia femenina ha oscilado entre el 13 % y el 18 % en los últimos años, según +MÚSICAS

En plataformas como Spotify, iniciativas como Equal España buscan dar visibilidad a mujeres artistas, pero fuera de esas listas, la presencia femenina sigue siendo escasa. “Yo he tenido que ir a buscar en internet álbumes hechos por mujeres”, afirma Martta Sanz. “No están visibles ni hay nada facilitado. Al final las playlists son empresas y el algoritmo refuerza esos sesgos. En las listas de indie hay de todo menos artistas independientes. Siento que hay mucho pago por detrás”.



Martta Sanz en un concierto en la Sala Vesta de Madrid (abril de 2025) | Foto tomada de sus redes sociales

En cuanto a las redes sociales, han supuesto una vía de escape. Martta fue descubierta en TikTok. Elia utiliza Instagram como un diario musical. “No soy influencer. Pero ahí me muestro como soy. Y hay gente que conecta con eso”. Aun así, la exposición conlleva presión: la imagen, el juicio, la necesidad de estar constantemente presentes. Se les juzga hagan lo que hagan y salgan como salgan. “Tengo completa libertad, sí, pero me han comentado cosas como: ‘tienes pelo en el bigote’. Y bueno, es que lo tengo. ¿Qué quieres que te diga?”, comenta Martta. “A las mujeres se nos presiona más. No puedes envejecer, tienes que estar siempre en los cánones físicos, sin canas, depilada. Pero lo mejor es ver que la gente critica también cuando ven fotos sin maquillar y cambia mucho su imagen”.

"Tengo pelo en el bigote. Y bueno, es que lo tengo. ¿Qué quieres que te diga?", comenta Martta Sanz

Es cierto que, frente al aislamiento, cada vez hay más redes de apoyo. El colectivo El Refugio del Poeta y plataformas como +MÚSICAS ofrecen espacios para compartir, colaborar y crecer. “Antes parecía que solo había un hueco para todas. Ahora nos damos cuenta de que si una brilla, brillamos todas”, explica LNA. [Miriam Rodríguez](#), cantante y compositora consolidada, también lo reconoce. “El She Sounds de Warner Chappell ha

permitido conocer artistas, cantautoras y productoras y técnicas de sonido y unir las”. La visibilidad, afirma, se va ganando gracias a la reivindicación. Pero también hay que dejar de atribuirle solo a la suerte. Gala Nell afirma que hay un factor suerte que, obviamente, existe. “Hay que estar en el momento indicado, pero evidentemente eso no es suficiente si no has trabajado”.

Una lucha (in)terminable

La brecha de género no solo existe en la música, sino también en todos los demás campos profesionales. LNA, que además de cantautora es entrenadora de baloncesto, lo dice desde su doble experiencia: “En el deporte también hay mucho paternalismo y machismo. Yo he salido de entrenamientos y han venido a decirme cómo tengo que hacerlo. Yo no voy a tu trabajo y te digo cómo trabajar. Parece que se piensan que no tengo cabeza, que no puedo estudiar para llegar a esto, ni siquiera que hable su mismo idioma. En la música pasa lo mismo. Siempre se nos exige más por el simple hecho de ser mujeres”.

“Siempre se nos exige más por el simple hecho de ser mujeres”, dice LNA



LNA durante su actuación en los cines Kinépolis de Alicante (octubre de 2024) | Foto tomada de sus redes sociales

Y esa exigencia no solo viene desde arriba, sino también desde dentro de su propia generación. Martta Sanz lo describe: “Es una empresa de hombres. Si ya te sueltan

comentarios cuando estudias, imagínate cuando trabajas. Te hacen sentir que tienes que demostrar el triple. Que tienes que levantar altavoces tú sola para que vean que puedes. Y todo eso cuando muchas veces ni siquiera hace falta: los equipos están digitalizados. Pero da igual. Porque siguen creyendo que tú no sabes. Y lo peor es que hay compañeros que también lo piensan. No solo los profesores. Hay un problema generacional muy fuerte”. A pesar de este diagnóstico, Martta confía en que las cosas están cambiando. “Al final, esa gente se irá retirando. Los hombres mayores que tienen sus empresas de sonido con sus cuatro técnicos de siempre darán paso –quiero pensar– a nuevas generaciones más abiertas. Algunos ya lo son. Algunos ya defienden que si una compañera quiere cargar un equipo, puede hacerlo. Que no necesita que le digan ‘cuidado, pesa’. Porque confían en que puede. Y eso es lo que nos toca ahora: seguir empujando para que las mujeres estén donde aún no se nos permite estar”.

En los cargos directivos, la desigualdad es evidente. Según el *Estudio de género de la música en España* de MIM, elaborado a partir de una encuesta a las asociaciones APM, ARTE, AEDEM y PROMUSICAE, solo el 37 % de estos puestos están ocupados por mujeres, frente al 63 % que ocupan los hombres. Además, las tres grandes discográficas multinacionales están presididas exclusivamente por hombres. Desde su experiencia en gestión artística, [María Climent](#), mánager, *booker* y asesora fiscal en GTS (Universal Music), ofrece una visión complementaria: “A nivel legal, no hay diferencias entre hombres y mujeres artistas. Pero eso no significa que no haya desigualdades reales. La mejor forma de protegerse es el conocimiento. Saber qué se está negociando, entender los porcentajes, conocer cómo funciona el negocio. No basta con delegar. Hay que saber, aunque delegues. Porque el conocimiento es lo que te da poder”. Según Climent, en los entornos multinacionales sí se empieza a notar más presencia femenina en departamentos de negocio, administración y *marketing*. Pero en los puestos creativos –como los de A&R (artista y repertorio)– la balanza sigue inclinada hacia los hombres. “Es cierto que a muchos hombres les atrae más el desarrollo de carreras artísticas. Pero también influye que históricamente esos puestos han estado ocupados por ellos. La industria, como tantas otras, sigue arrastrando sus inercias”, afirma. “Puedes tener un equipo de 20 mujeres, pero que el director siga siendo un hombre. Y eso sigue pasando”.

“Puedes tener un equipo de 20 mujeres, pero que el director siga siendo un hombre. Y eso sigue pasando”, afirma María Climent

Según [Arantza M. Huarte](#), fundadora y directora ejecutiva de +MÚSICAS, la transformación del sector no puede depender únicamente del talento ni limitarse a una cuestión de cuotas. Hace falta política, pedagogía, visibilidad, voluntad y una educación con perspectiva de género desde etapas tempranas. No basta con estar: hay que transformar y reivindicar. Como ella misma afirma: “Yo creo que incluso se puede forzar. Hay muchísimas artistas con talento. Esa es la base. Pero para que las cosas cambien de verdad, hace falta una revolución. Porque, si no, todo va demasiado lento. Y los hombres también tienen que estar ahí. Pero no solo cuando toca colaborar en marzo. Tienen que ser los primeros en apoyar esto, de forma constante.”

“Hace falta una revolución. Porque, si no, todo va demasiado lento”, afirma Arantza M. Huarte



Arantza en el evento +MÚSICAS Forum (enero de 2023) reivindicando el talento femenino | Foto tomada de sus redes sociales

Las redes de apoyo, la formación, el reconocimiento institucional y el compromiso colectivo son las herramientas con las que, poco a poco, se está reescribiendo el mapa musical de España. Como dice Gala Nell, “en el mundo de las mujeres productoras, la mayoría sigue siendo hombres. Y cuando hay una mujer, ya se da por cubierto. Y hay hueco de sobra. El problema es que no se le quita ese espacio a los hombres”.

¿Y ahora qué? El camino hacia la igualdad no está garantizado, pero está en marcha. Está siendo escrito a golpe de acorde, de ensayo, de estrategia y de comunidad. Porque las que hoy componen, producen, afinan y suenan no están esperando a ser reconocidas. Ya están construyendo la industria que quieren habitar. Esta brecha exige espacios de formación con perspectiva de género, festivales con una programación más equitativa, medios que valoren la diversidad y plataformas digitales que quieran visibilizar a más mujeres. Exige también

aliados. Compañeros que escuchen, que compartan, que confíen. Y, por supuesto, oyentes abiertos sin tantos prejuicios.

Pero la igualdad en la música no se logra solo con más presencia, sino con más poder. Con mujeres en la mesa de decisiones, con niñas que crezcan sabiendo que pueden ser ingenieras de sonido, jefas de producción o cantantes sin tener que cumplir con ninguna expectativa más que la de ser auténticas. Es una reconfiguración del canon. Una apertura del escenario. Las mujeres músicas que hoy alzan la voz están generando un eco que no se puede ignorar. Porque ellas no están pidiendo espacio. Lo están ocupando. Lo están llenando de armonías nuevas, de sonidos que incomodan a muchos otros. Y esta vez, han decidido que no van a callarse nunca más. Porque esta vez, el volumen lo controlan ellas. La brecha del sonido no se cierra sola. Pero hay algo que ya suena diferente. Y son ellas.

4. Interpretación derivada de la investigación

Este apartado contiene el análisis del reportaje y una interpretación más detallada de la investigación, respaldado por datos y testimonios.

4.1. La invisibilización histórica y sus consecuencias actuales

Durante décadas, se ha escrito una historia de la música en la que las voces femeninas simplemente no aparecen. La falta de estudios, el escaso interés académico y la débil implicación institucional han tejido un silencio prolongado que ha tenido consecuencias directas en el presente. La industria, atravesada por una lógica profundamente jerárquica y patriarcal, ha levantado muros difíciles de escalar. La toma de decisiones, la visibilidad en espacios clave, el acceso a recursos... Todo ha estado –y en gran parte sigue estando– condicionado por estructuras que favorecen una idea muy limitada de quién puede y debe ocupar el centro del escenario. Un techo de cristal que no es abstracto, sino que se manifiesta en despachos, en escenarios, en decisiones. Una barrera real que condiciona las trayectorias de compositoras, técnicas, managers o artistas.

El machismo no solo fue. Sigue moldeando, a día de hoy, cómo se reconoce –o se ignora– el talento de las mujeres en la música. Compositoras, creadoras, ejecutivas y técnicas siguen enfrentando discriminación en sus oportunidades y en el reconocimiento de su trabajo. Muchas lo viven a diario, como Yoly Saa, a quién le explicaban cómo funcionaba una pedalera que había usado mil veces en conciertos: “Hasta que no llega mi mánager, que es un hombre, y entonces sí se fían de él”. El problema no es solo la falta de confianza inicial, sino a quién se le otorga automáticamente la autoridad. Y ese juicio, esa necesidad constante de demostrar, de justificar, de pelear por cada espacio, no siempre viene solo de fuera: “Incluso entre compañeras. Parecía que solo había un puesto para todas”. Así, el machismo no solo decide quién tiene el foco, sino también quién tiene permiso para hablar, para liderar o, directamente, para estar.

4.2. Manifestaciones actuales de la desigualdad de género

Actualmente, la desigualdad no es un concepto abstracto. Tiene formas concretas, visibles y que afectan al día a día de muchas mujeres dentro de la industria musical.

4.2.1. Sexualización en los Escenarios y Medios

La exposición pública de las artistas no siempre implica una representación justa. En ocasiones, lo que se espera de ellas no tiene que ver con su propuesta musical, sino con su cuerpo: cómo visten, cuánto muestran, qué imagen proyectan... Rosalía lo ha dicho alto y claro: las mujeres han estado –y siguen estando– sexualizadas (La Razón, 2022). Se exige que sean cuerpos antes que voces, imagen antes que contenido. Y esta cosificación llega a videoclips, entrevistas, redes y escenarios. Se reduce a las artistas a un ideal decorativo, despojándolas de agencia y de discurso.

Pero no es algo nuevo, sino que viene de lejos: del fetichismo histórico hacia los cuerpos femeninos y del castigo social a quienes se alejaban del rol tradicional. Y eso, hoy, se traduce en miedo. Miedo a subir sola a un taxi después de un bolo. Miedo a hablar alto en una reunión sin ser tachada de “intensa”. Miedo, también, a no encajar en lo que se espera de una “mujer artista”.

Y lo preocupante es que esa sexualización no solo se da en la forma en que se las muestra, sino también en cómo se escribe para ellas. Sin ir más lejos, tal como Beatriz Luengo lo mencionó en una entrevista: "Estaba en una sesión para una artista femenina y estaba componiendo: 'Quiero que me riegues con tu manguera toda la noche entera'. Yo les decía: '¿Por qué si estamos componiendo para una artista femenina que va a hablar de sexualidad, no hablamos de algo que le dé placer a la mujer?' (Entre el cielo y las nubes, 2024). A eso se suma que, al principio de su carrera, Luengo usaba un seudónimo masculino para componer canciones destinadas a artistas hombres. Si se sabía que las había escrito una mujer, decían que quedaban “suavecitas” y que no eran lo bastante masculinas.

Esa lógica, lejos de ser una excepción, se repite una y otra vez. Martta Sanz lo vive también desde dentro. Esa tensión entre deseo y mirada externa no es casual. Ella lo experimentó con su canción *Úsame*. Si la letra la hubiera firmado un hombre, nadie habría reparado en ella. Además, los comentarios se llenaron de juicios, como si una mujer expresando deseo fuera incompatible con pedir respeto.

Lo mismo pasa con el tipo de canciones que se espera que hagan. Elia Gosálbez cuenta que, cuando escribe sobre amor, muchas veces la respuesta es condescendiente, como si sus letras fueran inocentes o cursis solo por ser mujer. Es como si la música hecha por mujeres solo pudiera gustarle a mujeres, como si no fuera universal. Y cuando una se atreve a salirse de ello, incomoda.

Todo esto evidencia una misma raíz: la desconfianza hacia la voz creativa femenina, la necesidad constante de encajar en moldes, y la idea de que, para ser visibles, primero hay que ser deseables.

4.2.2. Representación de las mujeres en festivales y medios

La desigualdad de género en la música no se mide solo en cómo se representa a las mujeres, sino también –y quizá sobre todo– en cuántas tienen voz, espacio y poder real dentro de la industria. No basta con estar, hay que decidir, crear y liderar. Y ahí, los datos siguen dejando en evidencia la realidad. En 2020, un informe de +MÚSICAS dejaba claro que, en los festivales europeos, menos del 10 % de esos espacios estaban ocupados por mujeres (+MÚSICAS, 2020). Hay excepciones, sí. El Primavera Sound en 2019 alcanzó un 44,7 % de presencia femenina (MYM, 2019). Pero siguen siendo eso: excepciones. En otros festivales, los números bajan todavía más: Rock Fest no superó el 3 %, Viñarock se quedó en un 8,37 % y Arenal Sound apenas rozó el 16 %.

Según los últimos datos recogidos por RTVE, la presencia femenina en los carteles de festivales españoles ronda el 25 % (Objetivo Igualdad, RTVE, 2020). Es una mejora tímida respecto a años anteriores, pero sigue muy lejos de lo que debería ser. Y la brecha se agranda si se observan géneros como el rock, el rap o el jazz.

Y no se trata solo de los escenarios. También existe un sesgo fuerte en las plataformas digitales. Las mujeres siguen siendo minoría en los rankings, las playlists y los algoritmos que moldean lo que escuchamos. A nivel global, entre los diez artistas más escuchados del mundo, solo tres son mujeres.

Top 10 artistas más escuchados en Spotify GLOBAL (2024)		
Nº	Artista	Género
1	Taylor Swift	Mujer
2	The Weeknd	Hombre
3	Bad Bunny	Hombre
4	Drake	Hombre
5	Billie Eilish	Mujer
6	Travis Scott	Hombre
7	Peso Pluma	Hombre
8	Kanye West	Hombre

9	Ariana Grande	Mujer
10	Feid	Hombre

En España, la situación no es muy diferente. Y si hablamos de canciones, apenas cinco temas destacados contaron con presencia femenina. En 2024, solo tres mujeres lograron entrar en el *Top 20* de artistas más escuchados en Spotify.

Top 20 artistas más escuchados en Spotify España (2024)		
Nº	Artista	Género
1	Myke Towers	Hombre
2	Bad Bunny	Hombre
3	Feid	Hombre
4	Saiko	Hombre
5	Anuel AA	Hombre
6	Quevedo	Hombre
7	Rauw Alejandro	Hombre
8	Karol G	Mujer
9	Dei V	Hombre
10	JC Reyes	Hombre
11	Morad	Hombre
12	Omar Montes	Hombre
13	Mora	Hombre
14	Eladio Carrión	Hombre
15	Rvfv	Hombre
16	Rels B	Hombre
17	Beny Jr	Hombre

18	Taylor Swift	Mujer
19	Ozuna	Hombre
20	Lola Índigo	Mujer

Top 20 canciones más escuchadas en Spotify España (2024)			
Nº	Canción	Artista(s) principales	Presencia femenina
1	Si Antes Te Hubiera Conocido	Karol G	Sí
2	Luna	Feid feat. ATL Jacob	No
3	La Falda	Myke Towers	No
4	Badgyal	Saiko, JC Reyes, Dei V	No
5	X'Clusivo	Gonzy, Saiko, Arcángel	No
6	Gata Only	FlovvMenor, Cris Mj	No
7	Santa	Rvssian, Rauw Alejandro, Ayra Starr	Sí
8	Manos Rotas	Dellafuente, Morad	No
9	La Bachata	Manuel Turizo	No
10	Fardos	JC Reyes, De La Ghetto	No
11	El Conjuntito	JC Reyes, Omar Montes	No
12	1000Cosas	Lola Índigo, Manuel Turizo	Sí
13	Columbia	Quevedo	No
14	Adivino	Myke Towers, Bad Bunny	No
15	Lo Que Tiene	Morad, Beny Jr, RVFV	No
16	Real Gangsta Love	Trueno	No

17	Casanova	Soolking, Lola Índigo, RVFV	Sí
18	La Reina	Lola Índigo	Sí
19	Ohnana	Kapo	No
20	Goterias	Omar Montes, JC Reyes	No

Por tanto, las mujeres representan únicamente el 20 % del top de canciones y artistas en 2024. El otro 80 % fue territorio masculino. Esta falta de representación no es solo una cuestión de visibilidad: es una barrera estructural que impide a muchas artistas emergentes construir una carrera sostenible. A menor presencia, menos oportunidades de ser escuchadas, programadas, contratadas, financiadas o premiadas.

Si descendemos a los niveles más técnicos y de producción, la brecha se ensancha aún más. Aunque en 2018 el empleo cultural general en España rozaba el 45,5 % de mujeres, en áreas como la grabación, edición musical o producción, las cifras caen por debajo del 30 % (Asociación MIM, 2021). Así se perpetúa el ciclo. Pocas mujeres tomando decisiones, pocas mujeres en la programación y pocas referentes visibles.

En definitiva, no es solo que haya menos mujeres, es que se las ve menos, se las escucha menos y, cuando están, se las coloca en márgenes que limitan su proyección y legitimidad. Lo que no se nombra, no existe. Y lo que no se programa, no suena.

4.2.3. La brecha salarial

La brecha salarial de género en la industria musical española supera, de forma constante, el 20 % (Asociación MIM, 2021), una constante que en 2024 permanece prácticamente inalterada. Traducido en cifras: ellas cobran, de media, unos 8000 euros menos al año que ellos. Y el dato duele más cuando se mira de cerca: según la Asociación MIM, el 70 % de las mujeres que trabajan en música en España gana menos que el sueldo medio masculino del país. De hecho, el salario medio anual femenino en el sector ronda los 16800 euros, por debajo no solo del de los hombres, sino también de la media nacional general.

Asimismo, muchas veces, además de invisibles, ni siquiera están reconocidas como profesionales. Y ni la experiencia sirve siempre como salvavidas. Aunque en teoría los años de carrera deberían traducirse en mejores sueldos, lo cierto es que para muchas mujeres no es así. Ni siquiera con más de 15 años en el sector logran llegar a categorías salariales medias o altas.

4.2.4. El techo de cristal y las barreras profesionales

El techo de cristal sigue siendo, hoy por hoy, un muro bien levantado en la industria musical. Solo el 37 % de las empresas del sector están lideradas por mujeres (Asociación MIM, 2021), y si bajamos al terreno de los sellos discográficos independientes, el porcentaje cae al 14 %. Las grandes multinacionales –las tres principales del país– ni siquiera llegan a ese dato: todas están dirigidas exclusivamente por hombres.

La paradoja se acentúa si tenemos en cuenta que las mujeres, en muchos casos, cuentan con una formación académica más amplia. Y aun así, encuentran más trabas para acceder a empleos estables o a salarios más altos. Es decir: la cualificación no garantiza las mismas oportunidades. No se trata de talento ni de preparación, sino de género. Ahí entran en juego dos conceptos clave: el techo de cristal, sí, pero también el “suelo pegajoso” (*sticky floor*), un término acuñado por la socióloga Catherine White Berheide en 1992 para describir las barreras que impiden a muchas mujeres despegar profesionalmente. Hablamos de trabajos sin movilidad, sin reconocimiento, sin condiciones dignas. Y eso, en muchos casos, sin reducción de jornada ni contratos parciales: a tiempo completo, pero sin margen de crecimiento.

Si hablamos de producción musical, la historia no cambia. En 2023 solo el 6,5 % de los créditos de producción eran mujeres (USC Annenberg, 2021). Y si echamos la vista más atrás, en concreto, los últimos nueve años, la situación empeora. Entre 2012 y 2023, de casi 2000 créditos analizados, el 96,8 % correspondía a hombres y apenas un 3,2 % a mujeres. O lo que es lo mismo: por cada mujer productora, hay casi 30 hombres ocupando ese rol.

A todo esto se le suma la precariedad y la falta de conciliación, dos factores que lo enredan todo aún más. En 2022, el 81 % de las mujeres (Asociación MIM, 2022) del sector asegura haber tenido que renunciar a partes de su vida personal para poder seguir trabajando en la música, según el II Estudio de MIM *Igualdad de género en la industria de la música*. ¿El motivo? Tan evidente como persistente: el reparto desigual de los cuidados y las tareas del hogar (Asociación MIM, 2021). Y cuando la balanza en casa no está equilibrada, quienes pagan el precio, una vez más, son ellas.

Además, cerca del 58 % señala que no tener los contactos adecuados y no acceder a información sobre ofertas laborales son barreras clave (Asociación MIM, 2021). Las oportunidades, muchas veces, no se publican ni se anuncian: se comparten en redes informales, en grupos cerrados, en cenas, en chats. Y ahí, ellas lo tienen más difícil. Porque ese networking sigue estando masculinizado y excluyente. Es una exclusión sutil, pero es efectiva y refuerza tanto el techo de cristal como el suelo pegajoso.

Por si fuera poco, el entorno de trabajo no siempre es seguro ni justo. Muchas mujeres lidian con la apropiación de ideas, la distribución desigual de tareas por razones de género o el señalamiento estético y moral desmedido. Martta Sanz, por ejemplo, cuenta: “A mí me mandaban siempre debajo del escenario a tirar cable. Nunca me dejaron tocar la mesa”. Y también: “No te has hecho el bigote en dos meses y ya te dicen ‘tienes pelo’”. Dos frases que muestran cómo se las sigue relegando o exponiendo a violencias simbólicas que con los hombres ni se contemplan. A eso se suma el edadismo, que les exige encajar en ciertos parámetros de juventud y apariencia. Violencias más sutiles, sí, pero con consecuencias en

el acceso, en la permanencia y en el bienestar. Y cuando logran sostenerse en estos espacios, muchas veces lo hacen atravesando entornos hostiles, con experiencias de “mobbing” o acoso laboral que rara vez se denuncian, pero que afectan su salud física y mental. Una violencia persistente y silenciosa, que va horadando.

4.3. Avances y transformaciones en curso

Aunque el camino sigue lleno de obstáculos, no todo son malas noticias. En los últimos años, algo ha empezado a moverse. Se ha abierto –por fin– un debate necesario sobre la igualdad en la música, y eso ha puesto el foco en lo que antes apenas se miraba: las barreras, los sesgos y las ausencias. Hoy, tanto la industria como el público tienen una conciencia más clara –aunque aún insuficiente– de los mecanismos que perpetúan la desigualdad.

También se está gestando algo poderoso: una red cada vez más sólida de mujeres artistas y profesionales que se apoyan, se organizan y se hacen hueco. La unión hace fuerza, y ellas lo saben. Un ejemplo claro está en la música urbana, donde muchas están reescribiendo las reglas del juego, desmontando los discursos machistas desde dentro y dando lugar a nuevas formas de contar. Lo que antes era un espacio dominado por estereotipos, se está convirtiendo –gracias a ellas– en una plataforma de empoderamiento y resistencia.

Ahora, en 2025, también empiezan a abrirse espacios que apuestan por la visibilidad femenina. [“Mujeres en Vivo”](#) es un ciclo de conciertos en Madrid que pone a las artistas en el centro, sin excusas ni cuotas simbólicas. En Barcelona, [“Wimen”](#) prepara su primera edición para octubre, un festival 100 % femenino con algunas de las voces más potentes del panorama actual. Y en Valencia, [“Compositoras a Escena”](#) da foco y escenario a creadoras que, durante años, se han quedado fuera del relato. A esto se suman propuestas educativas que van a la raíz del problema. Programas como [“Compositoras en las Aulas”](#) o el [catálogo impulsado por la Asociación Mujeres en la Música \(AMM\)](#) trabajan para que las niñas –y también los niños– crezcan con referentes femeninos en sus partituras.

Los datos siguen lejos de ser ideales, pero hay señales de cambio. En algunos festivales, la presencia de mujeres empieza a remontar. Poco a poco, más artistas llegan a lo alto de las listas, llenan salas y encabezan carteles. Y eso no solo les da visibilidad, sino que también inspira a quienes vienen detrás.

4.4. Iniciativas y plataformas para el futuro

Por suerte, no estamos partiendo de cero. En los últimos años han surgido iniciativas clave que están empujando fuerte por transformar el panorama musical desde una mirada feminista y diversa. Una de las más activas es Mujeres de la Industria de la Música (MIM), nacida en 2016 y con más de 400 integrantes en todo el país. Además de crear comunidad, sus estudios e informes han sido fundamentales para poner datos (y rostros) a las desigualdades del sector.

También está [+MÚSICAS](#), que ha hecho un trabajo imprescindible visibilizando la representación –y la ausencia– de mujeres en festivales y otros espacios públicos. Por su parte, la Asociación de Mujeres Creadoras de Música en España (AMCE) centra su foco en apoyar específicamente a quienes componen, escriben y crean desde dentro.

A nivel institucional, el festival [“Ellas Crean”](#), impulsado por el Instituto de la Mujer, ofrece un altavoz potente a la creación femenina en distintas disciplinas. En Valencia, el programa [“Músicas por la Igualdad”](#) ha apostado por usar la música como herramienta directa contra la desigualdad y la violencia de género. Y otras asociaciones más transversales, como Clásicas y Modernas, CIMA, EmPoderArte o MAV, también tejen red desde distintos rincones del mundo artístico, conectando con el ámbito musical cuando toca.

A todo esto se suman los festivales que han decidido hacer las cosas de otra forma: crear espacios seguros, no mixtos, o directamente pensados para promover voces femeninas y disidentes. Entre ellos: Sorotech Festival, Tremenda Fem Fest, Rock en Femenino, Agrocuir, She Makes Noise, HER Feminist Festival... Propuestas que no solo programan distinto, sino que proponen otros modelos de encuentro, disfrute y escucha.

Desde la Asociación MIM y otras plataformas ya se han planteado soluciones concretas que apuntan hacia el futuro: facilitar el acceso a formación específica –algo que más de la mitad de las mujeres del sector identifican como prioritario (Asociación MIM, 2021)–, garantizar mayor transparencia en las oportunidades laborales, y fomentar redes de contacto que no estén siempre cerradas para las mismas personas.

Pero hay algo más profundo que también está sobre la mesa: cambiar la cultura de base. Dejar atrás el machismo, desmontar las jerarquías encubiertas y reequilibrar cómo se valora lo que aportan mujeres y hombres. Para eso, una herramienta clave sería la creación de un censo oficial del sector desagregado por género: saber quiénes están, cómo trabajan y en qué condiciones. Porque lo que no se nombra, no existe. Y lo que no se mide, no cambia.

5. Bibliografía y fuentes documentales

- Admin. (2021, 4 marzo). *EL PRIMER ESTUDIO DE GÉNERO DE LA INDUSTRIA MUSICAL* - *Revistaindie.com*. <http://bit.ly/4nYdOKw>
- Asociación MIM. (2021). Estudio de género en la industria de la música en España. <https://bit.ly/3UmuXju>
- Asociación MIM. (2022). II Estudio de igualdad de género en la industria de la música. <https://bit.ly/46CHU0b>
- Colaboradora, & Colaboradora. (2020, 14 noviembre). La presencia de las mujeres en los festivales en 2019 | MYM: Mujeres y música. MYM: Mujeres y Música | Mujeres y Música. <https://bit.ly/44WX9hl>
- De Arriba, M. (2024, 27 marzo). «Músicas por la Igualdad» nuevo programa para promover una industria musical más inclusiva y consciente - Músicos por la Salud. Músicos Por la Salud. <https://musicosporlasalud.org/musicas-por-la-igualdad/>
- Ellas crean. (s. f.). Festival Ellas Crean. <https://ellascrean.com/>
- España, M. (2025, 19 enero). Brecha de género en el estudio de grabación: el arduo camino de las productoras musicales. El País. <https://bit.ly/46l7lhc>
- Europa Press. (s. f.). La brecha salarial en el sector musical supera el 20 %, según la Asociación Mujeres en la Industria de la. . . europapress.es. <https://goo.su/1qeiry>
- Europa Press. (s. f.). Las mujeres cobran un 20 % menos que los hombres en la industria musical, según un informe. europapress.es. <https://goo.su/YTan0Z>
- Festival, W. (2025, 14 mayo). Inici. Wimen Festival. <https://www.wimenfestival.com/>
- García, C. (2022b, noviembre 11). Rozalén: «La música escrita por mujeres asusta, pero solo contamos lo que vivimos». La Razón. <https://www.larazon.es/cultura/musica/20221111/n7vteptfzeoreimswi5fbqfx4.html>
- García, C. (2022, 17 marzo). Rosalía: “Una crítica a 15 segundos de una canción demuestra la incomodidad ante una mujer expresándose sobre. La Razón. <https://goo.su/vjXOmUn>

Gender inequality in Spain's official music charts: Neither representation nor success for female artists (2008–2020). (2025). Cande Sánchez-Olmo. <https://goo.su/UzpvUvn>

Gutiérrez, M. (2021, 19 de mayo). Acoso laboral (mobbing): su historia y cómo afecta a los trabajadores. Psicología y Mente. <https://goo.su/2pVNRZ8>

Hernández, M. Á. (2025, 24 febrero). Madrid En Vivo - MUJERES EN VIVO 2025: Más de 60 conciertos en 30 salas con las mujeres artistas en el foco. Madrid En Vivo. <https://goo.su/UglNz>

INICIO - +Músicas. (2025, 6 febrero). +Músicas. <https://www.masmusicas.art/>

Jhernandez. (2024, 23 mayo). Un escenario dominado por hombres: La brecha de género en la industria musical. Fundación Woman's Week. <https://goo.su/doYIFnk>

Minutos, E., & Minutos, E. (2021, 22 febrero). Las mujeres solo lideran el 37 % de empresas musicales en España, según un estudio. www.20minutos.es - Últimas Noticias. <https://goo.su/4fGPQA>

Mujeres en la Música. (2025b, julio 2). Catálogo AMM de Compositoras | Mujeres en la Música. Mujeres En la Música | Página Web de la Asociación Mujeres En la Música. <https://www.mujeresenlamusica.es/catalogo-amm-compositoras/>

Mujeres en la Música. (2025, 20 marzo). Festival «Compositoras a escena» Palau de la Música | Mujeres en la Música. Mujeres En la Música | Página Web de la Asociación Mujeres En la Música. <https://goo.su/ZFN2lxJ>

Mujeres en la Música. (2024, 13 enero). Instituciones por la Igualdad | Mujeres en la Música. Mujeres En la Música | Página Web de la Asociación Mujeres En la Música. <https://www.mujeresenlamusica.es/enlaces-de-interes/>

MujeresMusica, & MujeresMusica. (2025, 29 junio). Compositoras en las Aulas 10ª Edición (Curso 2023-2024) | Mujeres en la Música. Mujeres En la Música | Página Web de la Asociación Mujeres En la Música. <https://www.mujeresenlamusica.es/compositoras-en-las-aulas-10-edicion/>

Pajares, Á. (2024, 12 diciembre). Taylor Swift, The Weeknd y Bad Bunny: el podio de artistas más escuchados de 2024 en Spotify. Newtral. <https://www.newtral.es/artistas-mas-escuchados-2024/20241212/>

Romero, L. (2022, 8 marzo). Descúbreas: la lucha contra la brecha de género en la música empieza desde cero. RTVE.es. <https://goo.su/C3z2cM>

Ruza, J. H., & Ruza, J. H. (2022, 13 diciembre). La brecha salarial de género en la industria musical supera el 20 % en España - IndustriaMusical.com. IndustriaMusical.com - Toda la actualidad de la industria musical. <https://goo.su/GkW9qv>

Solano, F. (2024, 11 noviembre). La letra pequeña de los festivales: ¿cuál es la representación de las artistas femeninas? RTVE.es. <https://goo.su/U5qPNY>

SonoSuite. (2021, 10 noviembre). Desigualdad de género en la música: ¿Por qué hay menos mujeres ocupando puestos ejecutivos en la industria musical? - SonoSuite. SonoSuite. <https://sonosuite.com/es/blog/desigualdad-de-genero-industria-musical/>

Stadler, M. M. (2024, 7 abril). ¿Cuántas mujeres están detrás de nuestra canción favorita? Mujeres Con Ciencia. <https://goo.su/6HYwJ7>

Suelo pegajoso. (s. f.). European Institute For Gender Equality. <https://goo.su/4Bo98s>

The gender gap in music streaming platforms - Dark X - Webflow Ecommerce website template. (s. f.). <https://goo.su/zBNL9>

Tiramillas, R. (2024, 19 junio). Beatriz Luengo critica la sexualización de las artistas ante Laura Escanes: «¿Por qué siempre tiene que querer que no le quepa en la boca?» MARCA. <https://goo.su/vePYU>

Top canciones 2024 España. (s. f.). Spotify. <https://goo.su/QMAZld>

Unsupported browser. (s. f.). Spotify. <https://goo.su/bCJcZ5>

USC Annenberg. (2021). Inclusion in the recording studio? <https://assets.uscannenberg.org/docs/aii-inclusion-recording-studio2021.pdf>

Uso, P. (2023, 27 septiembre). ¿Qué es el “mobbing” o acoso en el trabajo? Sindicato USO. <https://goo.su/8MY49U>

Vicente, S. P. (2024, 22 mayo). España/Europa: El Instituto Autor analiza dos informes sobre la participación de las mujeres en el sector. Instituto de Derecho de Autor.

<https://goo.su/o1TOu>

Wikipedia. (2025, 14 marzo). Suelo pegajoso. Wikipedia, la Enciclopedia Libre.

https://es.wikipedia.org/wiki/Suelo_pegajoso

Zambrano, D. (2025, 23 enero). Mujeres en la Industria de la Música: Acortando la brecha de género a través de 'La Ola que no Cesa' -. Cultura Joven. <https://goo.su/qk3tsE>

6. Materiales e infraestructura utilizada

Este es un reportaje pensado y escrito para ser leído, pero acompañado de una pieza sonora que lo completa. La herramienta más importante ha sido una grabadora de sonido, utilizada para registrar todas las entrevistas: la mayoría en persona, con tiempo para la conversación. Dos de ellas se hicieron por videollamada, pero manteniendo el mismo tono cercano. La naturalidad de esos encuentros –con o sin pantalla de por medio– ha sido muy importante para construir la voz del texto.

Toda la edición sonora se ha realizado con GarageBand. Con este programa se ha grabado también la voz en off, se han editado los cortes de las entrevistas y se ha añadido música cuando era necesario. La banda sonora original que acompaña al reportaje también ha sido compuesta y mezclada por mí misma –a excepción de las canciones con letra que suenan, que son de las propias entrevistadas–, ajustando los niveles para que el resultado final suene equilibrado y coherente con el tono del proyecto. En cuanto a las fotografías que acompañan el reportaje han sido cedidas directamente por las propias artistas.

Todo el trabajo –texto, audio e imagen– se ha realizado de forma autónoma, con medios accesibles, y con una intención clara: dejar que las protagonistas hablen y suenen por sí mismas.

7. Anexo I: Anteproyecto

7.1. Definición de la temática, enfoque y justificación de su valor noticioso

Situación actual y principales problemáticas

Las mujeres han estado presentes en la industria musical española desde siempre, pero rara vez han ocupado el espacio que merecen. A lo largo de los años, su papel ha sido invisibilizado, reducido a la figura de intérpretes y excluido de los grandes escenarios, los festivales y las decisiones importantes dentro del sector. Aunque en los últimos tiempos se ha generado un debate necesario sobre la igualdad de género en la música, la realidad es que la brecha sigue ahí: en la diferencia de oportunidades, en la escasa representación en las listas de éxitos, en la falta de reconocimiento como compositoras y productoras, y en la imagen sexualizada que aún pesa sobre muchas artistas.

Cada año, los carteles de festivales confirman lo evidente: la presencia de mujeres sigue siendo minoritaria. Cada estudio publicado sobre la industria deja en claro que las diferencias salariales no han desaparecido. Cada testimonio de una artista expone lo que muchas ya saben: que su talento, por sí solo, no es suficiente. Frente a esta realidad, han surgido iniciativas y movimientos que buscan cambiar la industria desde dentro, pero el proceso es lento, y los obstáculos siguen siendo muchos.

El reportaje y sus objetivos

Este Trabajo de Fin de Grado se presenta en forma de reportaje y pretende mostrar las dificultades a las que se enfrentan las mujeres en la música española, pero también destacar los cambios que, aunque despacio, se están produciendo. Se trata de analizar cómo han conseguido abrirse camino y qué estrategias han utilizado para ocupar el lugar que les corresponde.

El reportaje busca responder a preguntas clave como: ¿Por qué sigue existiendo una brecha de género en la música? ¿Cómo afecta la falta de representación en festivales y medios? ¿De qué manera la sexualización en los escenarios influye en la percepción del talento femenino? Para ello, se ha recurrido a datos, estudios e informes actuales, pero sobre todo, a la voz de quienes mejor pueden hablar del tema: las propias mujeres que trabajan en la industria.

Enfoque y justificación del valor noticioso

Este trabajo busca comprender la realidad desde dentro. El enfoque principal se centra en el análisis de los obstáculos que encuentran las mujeres en la industria musical española, desde los más evidentes hasta los más sutiles. La investigación se apoya en entrevistas con artistas, compositoras, productoras, técnicas de sonido y mánagers, con el objetivo de darles el espacio que muchas veces se les niega.

En cuanto a la justificación de su valor noticioso, se basa en que, a pesar de los avances, las mujeres siguen siendo minoría en la música y en que la desigualdad no es cosa del pasado. Las cuestiones de género siguen siendo una problemática vigente debido a los escasos avances en el salario, la visibilidad y la representación en carteles de conciertos, festivales y medios de comunicación.

7.2. Objetivos y preguntas de investigación

Con esta investigación se pretende analizar la situación de las mujeres en la industria musical española, sobre todo, destacando las desigualdades de género que existen. En concreto, los objetivos que se plantean son:

- 1) Analizar cómo ha evolucionado la participación de las mujeres en la música española, desde las cantautoras hasta las artistas más populares de la actualidad.
- 2) Examinar las diferencias de género en los festivales y la desigualdad de las mujeres respecto a los hombres en grandes eventos y medios de comunicación.
- 3) Investigar los problemas que surgen a raíz de la sexualización en los escenarios y cómo las artistas buscan ser valoradas por su creatividad musical.

En cuanto a las preguntas de investigación, son las siguientes:

- 1) ¿Siguen enfrentándose las mujeres a desigualdades dentro de la industria musical española, a pesar de los avances logrados?
- 2) ¿En qué medida la imagen sexualizada de las mujeres en los escenarios sigue siendo un factor impuesto por la industria musical?
- 3) ¿La lucha por una mayor representación femenina en la música está logrando transformar la industria, o el cambio sigue siendo demasiado lento?
- 4) ¿Se exige más a las mujeres que a los hombres en cuanto a su desempeño en los escenarios?
- 5) ¿Cómo han evolucionado las oportunidades laborales para las mujeres en la industria musical española en comparación con los hombres?
- 6) ¿Cómo influye la falta de referentes femeninos en la música en las nuevas generaciones de artistas?
- 7) ¿Existen grandes diferencias en la representación de mujeres en festivales y eventos musicales respecto a los hombres?
- 8) ¿Qué papel juegan los medios de comunicación en el cuestionamiento de la desigualdad de género en la música?
- 9) ¿Cómo han cambiado las narrativas en las letras de las canciones en relación con la representación de la mujer en la música española?

7.3. Cronograma de trabajo

A continuación, se presenta un cronograma general con la planificación de este Trabajo Fin de Grado. En la columna izquierda están las fases y tareas principales, mientras que en las

columnas de la derecha se indican, con colores, los periodos específicos –semanas y meses– en los que se han llevado a cabo. Este esquema facilita la visualización clara de la planificación del proyecto hasta la entrega final, prevista para el 22 de julio.

FASES	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO							
	6-12	13-19	20-26	27-31	3-9	10-16	17-23	24-28	3-9	10-16	17-23	24-30	1-6	7-13	21-27	28-30	1-4	5-11	12-18	19-25	26-29	1-8	9-15	16-22	23-30	1-6	7-13	14-20	21-27			
Investigación previa GENERAL																																
Investigación de estudios, artículos académicos y libros																																
Anteproyecto																																
Contactar con entrevistadas																																
Portada y Resumen/Abstract																																
Introducción y justificación del reportaje																																
Material y método de trabajo																																
Bibliografía y fuentes documentales																																
Entrevistas																																
Reportaje																																
Maquetación																																
Memoria																																
Entrega																																
ENTREGA TFG PERIODISMO	22 de julio																															

Fase 1: Investigación previa

En esta fase, se realizará una investigación de estudios, artículos académicos y libros sobre la historia de las mujeres en la música española. Además, se identificará y se pondrá en contacto con fuentes importantes para el reportaje.

Fase 2: Entrevistas y trabajo de campo

Las entrevistadas serán mujeres de diversos campos: cantantes, compositoras, productoras y otras expertas que puedan ofrecer perspectivas interesantes sobre el tema. Además, si es posible, se asistirá a conciertos para comprobar de primera mano cómo están representadas las mujeres en la industria musical actual.

Fase 3: Redacción del reportaje

Se planificará la estructura del reportaje y se redactará el contenido. En esta fase, se incorporarán citas y datos obtenidos a través de las entrevistas o estudios. Además, se realizará un análisis de la información recogida, con una visión crítica.

Fase 4: Revisión y ajustes finales

Se revisará el contenido del reportaje, así como la corrección de estilo y la coherencia. Así pues, mediante el feedback de la tutora se realizarán los ajustes necesarios para mejorar la calidad del trabajo. Finalmente, se entregará.

7.4. Selección, presentación y justificación de las fuentes propias

Para poder completar la investigación y desarrollar el reportaje, he seleccionado fuentes que representan distintos perfiles dentro de la industria de la música.

Entrevistadas
Miriam Rodríguez Cantante, compositora y actriz. Se dio a conocer en Operación Triunfo (2017). Temas como <i>Hay algo en mí</i> reivindican con fuerza la figura de la mujer en la música
Yoly Saa Cantautora y letrista. Ha escrito para artistas como Luz Casal o Malú. Es una de las voces más activas y respetadas del panorama actual
Martta Sanz Cantautora y técnica de sonido. Está creciendo con paso firme, ganando visibilidad tanto en lo artístico como en lo técnico
Elia Gosálbez Cantautora y colaboradora del programa de radio “Panorama Musical”. Su mirada crítica y su compromiso con la cultura hacen de ella una voz muy interesante
LNA Cantautora. Ha sido telonera de artistas como Julia Medina y acumula varios <i>sold outs</i> . Está construyendo una carrera desde la autogestión

Gala Nell

Productora musical y cantautora. Emergente, viral. Dejó su trabajo como enfermera para dedicarse de lleno a la música y ya es una figura destacada en la escena independiente

Arantza M. Huarte

Fundadora y CEO de +MÚSICAS, una plataforma independiente creada en 2018 que promueve la figura femenina en la música en España

María Climent

Asesora fiscal, *booker* y *mánager*. Representa a artistas como Jorge Atienza y trabaja en GTS (Universal Music Spain). Conoce los entresijos de la industria desde dentro

7.5. Presentación de la autora y breve currículum



Mi nombre es Esther Rodríguez Sogorb y siempre he querido ser artista. Mi formación comenzó en el Conservatorio Profesional de Música "Vicente Lillo Cánovas", donde me especialicé en guitarra clásica durante diez años. A los 14 años, tuve mi primera experiencia como compositora, nacida del deseo de expresar mis experiencias y emociones en música. Desde entonces, he compuesto decenas de temas, llegando a conceptualizar un álbum completo. Además, he trabajado componiendo música para

producciones cinematográficas independientes, usando siempre la creatividad como mi principal medio de expresión.

Desde 2019, me presento como cantautora en eventos, festivales y espacios culturales, y combino esta faceta con la docencia: imparto clases de guitarra, canto, solfeo y teoría musical. Además, he completado los niveles 1 y 2 de técnica vocal *Estill Voice* con Helen Rowson en Madrid, y sigo en constante formación vocal. Más allá de mi faceta artística, he trabajado con varias empresas en los ámbitos de comunicación y *marketing*, además de participar en proyectos de responsabilidad social con la Cruz Roja y el Ayuntamiento de Alicante durante la pandemia de la COVID-19. Me interesa todo lo que implique impacto, creación y sensibilidad.

Actualmente, estoy en el último curso del doble grado en Comunicación Audiovisual y Periodismo para ampliar mis habilidades en el ámbito de la comunicación. Mi pasión por la música y las artes sigue siendo mi mayor motivación, e investigar sobre la industria sigue interesándome como el primer día que descubrí que, al igual que te hace vibrar, puede hacerte tener quebraduras de cabeza por todas los desequilibrios que presenta. A través de este reportaje



busco precisamente visibilizar las desigualdades de género en la industria musical española.

Me considero una profesional versátil y comprometida con generar contenido que combine rigor periodístico y sensibilidad artística.

- Correo electrónico: estherrodriguezsogorb@gmail.com
- Medium: <https://estherrodriguezsogorb.medium.com/>
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/esther-rodriguez-sogorb-687b23368/>
- Instagram: @estherrodriguezmusic

7.6. Formato del reportaje

Esta investigación periodística se va a materializar en dos formatos: escrito (digital) y en audio (podcast).

Escrito

El reportaje se realizará en un documento estructurado y abarcará de 2000 a 3000 palabras. Así pues, se publicará en Medium, una plataforma digital que permita su difusión en redes sociales y la inclusión de elementos multimedia. En lo que respecta a su estructura, se compone de los siguientes elementos:

- Título
Es atractivo y descriptivo. Captura la esencia del reportaje, como “Mujeres que están transformando la industria musical en España: la brecha del sonido”.
- Subtítulo informativo
Complementa el título y aporta más contexto a los lectores.
- Elementos destacados o sumarios
Se incluirán al menos tres destacados que recojan citas o información interesante en el reportaje.
- Enlaces internos o externos
Contienen información adicional y amplían los puntos tratados en el reportaje. Pueden ser estudios de caso, artículos, entrevistas y otros recursos.
- Entrevistas
Las entrevistas se incluirán en estilo directo e indirecto. También se incluirá algún audio de alguna de las entrevistadas no solo para completar el reportaje, sino también para lectores y lectoras interesados.

- Fotografías
Se incluirán imágenes de alta calidad de las entrevistas para complementar la información escrita y dar contexto visual.

Adaptación a audio

El formato en podcast permitirá una difusión en plataformas especializadas, como [iVoox](#) –disponible a partir del 25 de julio de 2025–, y profundizar en el tema sin extenderse demasiado. En lo que respecta a su estructura, se compone de los siguientes elementos:

- Introducción con voz en off narrada por mí misma
Abre el reportaje contextualizando el tema desde un enfoque narrativo y evocador. Introduce el concepto clave –la brecha de género en la música– y capta la atención del oyente desde el primer momento.
- Testimonios en primera persona
Las voces de las protagonistas están presentes a través de cortes reales de audio. Se incluyen sus declaraciones con nombre y presentación previa, para que el oyente identifique claramente quién habla y cuál es su papel en la industria musical.
- Transiciones narradas
La voz en off conecta los testimonios y aporta datos, contexto y reflexión. Estas transiciones permiten guiar la escucha de forma fluida y comprensible.
- Apoyos sonoros
El reportaje incluye música, efectos de ambiente o sonidos relacionados con la escena (por ejemplo, sonido de conciertos), que refuerzan el ritmo narrativo y la emoción.
- Datos y cifras relevantes
Integrados en la narración, se incorporan estudios, informes y estadísticas que sostienen el enfoque del reportaje y le aportan peso informativo.
- Cierre reflexivo
El final recupera el tono evocador del inicio y lanza una mirada hacia el futuro. Apela a la acción o a la toma de conciencia, cerrando con fuerza el arco narrativo.

A continuación, se presenta el guion adaptado del reportaje en formato podcast.

VOZ EN OFF

Cuando hablamos de desigualdad en la música española, no hablamos solo de cifras. Hablamos de silencios. De voces que no suenan. De decisiones que, todavía hoy, se toman con sesgos de género.

La brecha del sonido es eso:
la distancia entre el volumen que alcanzan las voces masculinas...
y el eco mucho más tenue que reciben las femeninas.

Durante mucho tiempo, los escenarios, los estudios, las cabinas de
sonido y las mesas de decisiones han estado ocupados
mayoritariamente por hombres: intérpretes, productores,
programadores, técnicos, gestores...

Las mujeres están, sí. Cada vez más. Pero siguen estando menos.
Y, sobre todo, siguen siendo menos reconocidas.

(Pausa breve)

Entonces, ¿es un problema estructural? Las cifras lo dejan claro.

Según el informe *Women in Music* de la Universidad de Southern
California, en 2020 solo el 20 % de los artistas en las listas
Billboard eran mujeres. En 2024, la cifra ha subido al 37,7 %,
pero sin rastro de dúos o bandas femeninas.

En España, entre 2008 y 2020, los hombres firmaron el triple de
éxitos que las mujeres. Además de que las bandas integradas solo
por mujeres apenas aparecen en el top 50.

No es casualidad. Es patrón.

En los roles técnicos, la situación es todavía peor: en 2020, solo
el 2 % de los productores acreditados en la lista *Billboard Hot 100*
eran mujeres, una por cada 38 hombres en una muestra de seis años.

Y, aunque en 2024 ha habido un ligero aumento, sigue significando
que el 93,3 % de las canciones durante 13 años se han hecho sin
participación de productoras mujeres.

En España, según el Estudio de género de la Asociación de Mujeres
de la Industria de la Música, solo el 2,6 % de las mujeres
encuestadas trabajan como técnicas de grabación. Yoly Saa,
cantautora y letrista, pasó de tocar en el metro de Madrid a
llenar salas. Pero ese saltó no la protegió del machismo que vive
cada día.

(Pausa)

YOLY SAA

"Que me estén explicando a mí cómo funciona una pedalera que llevo
usando desde hace más de 200 conciertos. Y tengo que discutir con
él hasta que llega Toño, mi manager, que es un hombre, y entonces
sí se fían de él".

(Pausa)

¿Por qué nos tenemos que pelear contigo si te estamos diciendo que esto es así, no?

VOZ EN OFF

Esa falta de credibilidad empieza ya en la formación, donde las mujeres siguen encontrando obstáculos desde el inicio. Martta Sanz, cantante y compositora, lo vivió mientras estudiaba técnica de sonido.

MARTTA SANZ

"Las chicas no pueden cargar sola el altavoz, las chicas no pueden coger una pinza. Y luego en las prácticas, yo no toqué la mesa, que se supone que es lo principal. A mí me mandaban siempre debajo del escenario a tirar cable. Vale, muy bien, si eso es parte del trabajo, pero quiero hacer todo el trabajo. A mis compañeros no les salía algo, fui yo, lo revisé y dije, pasa esto. El profesor dijo: 'Que os lo tengo que decir a una mujer'... Y eso te lo dice un profesor, o sea, imagínate fuera en el mundo."

VOZ EN OFF

Y cuando Martta empezó a lanzar su propia música, la reacción del público no fue la mejor. Su canción *Úsame* desató comentarios machistas solo por hablar de deseo.

MARTTA SANZ

"si lo hubiese cantado un hombre, no habría recibido los comentarios que recibí yo. 'Luego dicen que las respeten y dicen úsame...'. No has entendido nada de la canción. creo que las mujeres no podemos ser claras. Y si lo somos, se nos echan encima, siempre".

VOZ EN OFF

Los estereotipos pesan. No solo en lo que se dice, sino en lo que se espera que las mujeres canten. Elia Gosálbez, cantautora emergente, ha notado esa presión desde que empezó a escribir sus primeras letras.

ELIA

"yo sí que siento que como que por ser chica, los temas de las canciones al escribirte amor se me encasilla como diferente. Es como 'Ay, qué mona. Me hablan como si escribiera golosinas y viviera en una pompa de azúcar".

VOZ EN OFF

Esa percepción afecta directamente a la visibilidad. Las playlists, los festivales y los medios siguen con los mismos sesgos.

Parece que la música hecha por mujeres solo puede gustar a mujeres.

Según *Every Noise at Once*, solo el 23 % de los oyentes en Spotify escucha música de artistas femeninas o de género mixto.

Las mujeres escuchan un 32,3 %, pero los hombres solo un 18,1 %. Y ante esa falta de espacio, muchas artistas han decidido tomar el control.

Es el caso de Gala Nell, productora y cantautora, que decidió aprender a producir sus canciones para no depender de nadie.

GALA NELL

"No quería que decisiones de música que yo sé hacer las tomara alguien, sobre todo un hombre. Cuando yo hacía música de mi vida de lesbianas de mujeres entonces como que no tenía mucho sentido. Sí que es verdad que en relación a los hombres y la producción y tal, siento que las expectativas que se tienen de ambos sexos o géneros son distintas, es decir, los hombres se pueden permitir hablarte mal, se pueden permitir no entregar algo a tiempo. Y nosotras no tenemos todo ese margen. Y si te equivocas en algo, lo que fuera o haces algo que no estaba esperado de ti, como que ya no tienes más oportunidad de nada, ¿sabes? Ya como se te ha acabado".

VOZ EN OFF

A esa exigencia se suma la precariedad, sobre todo cuando hay que organizar conciertos. LNA, cantautora emergente, lo vive de cerca.

LNA

"A lo mejor tiene que ver incluso con las salas, el alquiler de las salas, que tú a lo mejor no sabes hasta qué punto te va a rentar alquilar una sala gigante, porque tienes que pagar la sala, tienes que pagar los músicos, y ya luego si eso a lo mejor ganas algo. Igualmente creo también que en el caso de las chicas, de las cantautoras, que tenemos la inseguridad que ellos a lo mejor no tienen en este sentido. Ellos igual dicen pues yo voy aquí, hago este pedazo de sala y nosotros vamos un poco más con el freno echado porque sabemos que es más difícil que nos escuche toda esta gente, (chicos, chicas) a nosotras que les escuchen a ellos".

VOZ EN OFF

También en los grandes escenarios hay desigualdad. La presencia femenina en festivales españoles ha estado entre el 13 % y el 18 % en los últimos años, según +MÚSICAS. Cuando se organizan eventos centrados en mujeres, la respuesta no siempre acompaña. Elia Gosálbez recuerda un caso reciente.

ELIA

"Una vez hicieron un festival que juntaron a Lola Índigo, Judeline, rollo artistazas en un Wizink, no lo llenaron, ¿cómo puede ser eso? Si esas personas no pueden llenar un Wizink... Como que lo veo todo tan complicado. Siento que es porque la música de chicas se ve como para chicas y para gays, y la música de chicos es para todo el mundo".

VOZ EN OFF

Ni siquiera los algoritmos ayudan. En plataformas como Spotify, cuesta encontrar mujeres en las playlists a no ser que busques una que lo indique explícitamente. Sus nombres no aparecen, no están en las portadas. Y el algoritmo no corrige: repite lo de siempre. Las redes sociales se han convertido en una vía alternativa, un espacio donde mostrar su música, contar sus procesos, hacerse un hueco... Martta Sanz fue descubierta en TikTok. Y, aunque dice sentirse libre, esa exposición también tiene su precio.

MARTTA SANZ

"No te has hecho el bigote en dos meses y ya te dicen 'tienes pelo'. Y dices: bueno, es que tengo, ¿qué quieres que te diga?".

VOZ EN OFF

Frente a los prejuicios, han nacido redes de apoyo para crear comunidad, como El Refugio del Poeta o +MÚSICAS, una plataforma que, desde 2018, trabaja por una industria más igualitaria y representativa. Todas ellas han impulsado un cambio de mentalidad: colaborar, cuidarse y sostenerse. Miriam Rodríguez, cantautora, compositora y actriz, habla de una iniciativa que lo ha hecho posible.

MIRIAM RODRÍGUEZ

"En los últimos años han hecho proyectos en los que poder unir, tipo el She Sounds de Warner Chappell, en los que poder conocer artistas, cantautoras y productoras y técnicas de sonido y unir las, pues en los últimos años creo que se está reivindicando un poco el papel de la mujer en el mundo de la música y ha sido más fácil. Pero sí es cierto que siempre ha sido complicado".

VOZ EN OFF

La visibilidad se gana con trabajo, pero también con insistencia. En producción musical, sigue habiendo más cuotas que espacios reales. Una sola mujer productora parece suficiente. Como si con una ya bastara, como si esa una representara a todas. No pasa lo mismo con los hombres: hay cientos, y nadie cuestiona su presencia.

Gala Nell lo ha vivido en primera persona. Ha recibido propuestas por ser mujer, no por su sonido. Y eso, aunque no se diga en voz alta, alimenta la competencia entre mujeres y mantiene estructuras que no se han movido en décadas.

GALA NELL

"Cuando hay una mujer productora, se la trata como un espécimen único. En vez de tener tantas productoras como ellos quieran, no les hace falta porque ya tienen una que hace el rol de 'la productora'. Igual que hay 800 hombres que hacen esa misma cosa, ¿por qué solo necesitas una mujer que te haga ese papel? A mí, por ejemplo, me han querido fichar solo por ser mujer productora, como para cubrir una cuota. Estás creando más competitividad entre mujeres, cuando hay hueco de sobra. Y creo que es algo super inconsciente. No es algo que hayan parado a pensar".

VOZ EN OFF

Pero la desigualdad no termina en los estudios de grabación. También aparece en otros espacios donde ellas rompen moldes: como en el deporte. LNA, además de cantante, es entrenadora de baloncesto. Y lo tiene claro: ser mujer sigue significando tener que demostrar el doble, incluso cuando el talento está más que probado.

LNA

"Sales de un entreno o de lo que sea, y es como, 'oye, igual deberías de no sé qué'. Mira, tú has pagado una cuota, has dejado aquí a tu hijo o a tu hija a mi cargo pues yo haré mi trabajo como lo sé hacer. Yo no voy a tu trabajo a decirte cómo tienes que hacer las cosas. La gente yo creo que no está acostumbrada ni a ver a entrenadoras chicas llevando un equipo masculino. Tengo una cabeza, puedo estudiar, llegar a esto, tengo manos, tengo ojos, hablamos el mismo idioma, aunque tú eso no lo entiendas".

VOZ EN OFF

Una lucha que atraviesa disciplinas, generaciones...
Martta Sanz concluye con una reflexión que resume muchas de las experiencias compartidas.

MARTTA SANZ

"Es un mundo de hombres. Tú lo quieres estudiar porque te gusta, pero sabes que te va a costar el triple, porque vas a tener que demostrar que vas al gimnasio y que eres fuerte para levantar altavoces, que conoces el sonido. Al final, los hombres mayores que tienen sus empresas de sonido con sus cuatro hombres de siempre se irán muriendo y darán paso a que las mujeres estén dentro. Confío en que hay una generación que va a cambiar eso y

que va a dar oportunidades a las mujeres en sectores en los que no se da".

VOZ EN OFF

Pero el cambio no llega solo. En cargos directivos, solo el 37 % están ocupados por mujeres, según la Asociación MIM. Las grandes discográficas siguen presididas exclusivamente por hombres.

María Climent, mánager y asesora fiscal en GTS - de Universal Music España-, lo confirma:

MARÍA CLIMENT

"Es verdad que siempre pasa lo típico que es que a lo mejor un departamento puede haber 20 mujeres y al final el director es un hombre, eso pasa en la industria musical y yo creo que a día de hoy en el resto de industrias, pero sí que veo que hay muchas mujeres en puestos directivos o semidirectivos de subdirección, controller, que están lideradas por mujeres y mucho departamento con una mayoría de mujeres más que de hombres, pero creo que todavía nos falta un trabajo ahí para que los puestos de dirección per se, pues sean de mujeres sólo únicamente tienes que ver que en España, en las tres multinacionales que ya he comentado antes, los presidentes de esas multinacionales son hombres todos".

VOZ EN OFF

Para cambiar esa realidad, hacen falta medidas concretas. Arantza M. Huarte, fundadora y CEO de +MÚSICAS, lo resume así:

ARANTZA M. HUARTE

"Yo lo que pienso, es que para que las cosas cambien tiene que haber grandes revoluciones. Entonces, o se pone el puño sobre la mesa o no se puede hacer nada. Y luego, sobre todo, el poder de los compañeros. Los compañeros tienen que estar ahí. Y no solo para hacer la colaboración ahí de turno o en el mes de marzo, ¿sabes? Los compañeros tienen que ser los primeros que tienen que apoyar esto. Y muchas veces no están porque, ay, a ver qué van a pensar de mí, a ver qué no sé qué. La gente sigue pensando que el feminismo es lo contrario al machismo. El feminismo es igualdad de oportunidades. Si estás en contra es que no sabes lo que significa".

VOZ EN OFF

Las redes de apoyo, la formación, el reconocimiento y el compromiso colectivo están reescribiendo el mapa musical de España.

El camino hacia la igualdad no está garantizado, pero está en marcha. Está siendo escrito a golpe de ensayo, estrategia y comunidad. Las que hoy suenan, las que están al micrófono y las que trabajan entre bambalinas, siguen haciendo ruido. Y ese ruido

va a ser cada vez más fuerte. Porque en la música, como en la vida, la igualdad no es un volumen que se ajusta. Es una frecuencia que se amplifica. Pero la igualdad no se logra solo con más presencia, sino con más poder. Con mujeres en la mesa de decisiones. Con niñas que crezcan sabiendo que pueden ser ingenieras de sonido, jefas de producción o cantantes sin tener que cumplir con ninguna expectativa más que la de ser auténticas.

Es una reconfiguración del canon.

Una apertura del escenario.

Las mujeres músicas que hoy alzan la voz están generando un eco que no se puede ignorar. Porque ellas no están pidiendo espacio. Lo están ocupando. Y lo están llenando de sonidos que incomodan a muchos otros.

Y esta vez, han decidido que no van a callarse nunca más.

Porque esta vez, el volumen lo controlan ellas.

La brecha del sonido no se cierra sola.

Pero hay algo que ya suena diferente.

Y son ellas.



