



Albornoz Saroff, Victoria

El mercado de la música digital desde una perspectiva de género : ¿un bis del patriarcado? Análisis comparativo de la composición de la fuerza laboral en subsectores de la industria musical



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Albornoz Saroff, V. (2019). *El mercado de la música digital desde una perspectiva de género: ¿un bis del patriarcado? Análisis comparativo de la composición de la fuerza laboral en subsectores de la industria musical.. Revista Intercambios, 4(2), p. 73-77. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/4284>*

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

INDUSTRIA DE LA MÚSICA

El mercado de la música digital desde una perspectiva de género: ¿un bis del patriarcado? Análisis comparativo de la composición de la fuerza laboral en subsectores de la industria musical.

Las desigualdades son construcciones sociales y como tales, son susceptibles de deconstrucción [...] no tienen una historia lineal, ni de aumento ni de reducción. La (des) igualdad siempre se sitúa en un contexto histórico.

Göran Therborn.



Victoria Alborno Saroff: Licenciada en Teatro por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Diplomada en Gestión y Promoción de Derechos Culturales por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Maestranda en Industrias Culturales en la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Inició su trayecto laboral en el sector de las artes escénicas. Trabajó en publicidad y gestión pública. Forma parte del staff de formación de Género: Centro de Formación y Pensamiento. Trabaja en prensa, gestión y producción cultural.

Las transformaciones tecnológicas y digitales afectan a las Industrias Culturales. En ese sentido, los análisis de George Yúdice aseguran que Argentina y América Latina se encuentran ubicadas en entornos desiguales de la división internacional de la producción, el trabajo y la distribución cultural.¹

En el siglo XXI, la digitalización y los procesos de convergencia demuestran que más medios, pantallas y tecnologías no dan lugar a la utopía de la diversidad, porque –tal como observan Becerra y Mastrini– lo que importa es el propietario, sus intereses y cómo se convierte en dominante de la enunciación pública.²

El proceso de concentración del capital que transforma la estructura del mercado laboral actual surge a comienzos de la década de 1970, en el momento en que entra en crisis el sistema económico y social mundial. Desde una revisión histórica, siguiendo a Federici, la mujer ingresa al mundo del trabajo asalariado en un contexto de debilitamiento del Estado de Bienestar en EEUU, como motor de la reestructuración del capitalismo contemporáneo, con sueldos en baja y pérdida de políticas de asistencia social, recortes en salud y educación.³ En

1 Ver Yúdice, G. (2014). *Las industrias culturales y creativas en el entorno digital*. En Octavio Getino y otros, *Economía creativa: ponencias, casos, debates*. 1era. Ed. UBA, Buenos Aires.

2 Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015)*. *Nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Ed. UNQ, Bernal, p. 12.

3 Ver Federici, S. (2015). *Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*. 2da. Ed, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Ed. Tinta Limón.

aquel proceso –agrega D’Alessandro–, la cantidad de mujeres en el mercado laboral aumentó de 2 sobre cada 10, a casi 7 de cada 10. En América Latina el salto se produjo en los años 90.⁴

La incorporación de la mujer al proceso laboral capitalista sucede en el marco de una creciente espiral, donde el capital aumenta su capacidad de imponer mayores condiciones de explotación y precarización a lo largo y ancho del globo, siendo la mujer una trabajadora más, pero con menor perspectiva de inserción y menores posibilidades de permanencia en el sistema laboral formal, por tanto con menores niveles de autonomía económica. Vale aclarar que lo propio sucede con las infancias, adultos mayores, inmigrantes y tantas otras identidades sociales, las cuales si bien en principio aparecen como no vinculadas al mundo laboral, fueron capturadas de manera creciente por el proceso productivo, no solo para que eventualmente trabajen, sino también, y quizá mayormente, para pauperizar las condiciones de explotación de toda la fuerza laboral y sus organizaciones.

Esta investigación parte de la premisa de que la distribución de las tareas en el mercado de trabajo de las industrias culturales afectan de manera desigual a las mujeres, generando obstáculos para el desarrollo de sus trayectorias laborales, y configurando un fenómeno estructural que reproduce la lógica patriarcal en todos los sectores productivos, entre los que se encuentra la industria de la música.

Surgen entonces algunas preguntas: ¿cómo opera dicha desigualdad en la distribución del trabajo de la industria musical?; ¿existe una división sexual en la fuerza laboral de la actividad musical? Dichos cuestionamientos gravitan en torno a un interrogante central: en el marco de las transformaciones tecnológicas y digitales, ¿existen novedades de equidad de género en el mercado laboral de la música digital?

De ahí que, se analizará comparativamente, y desde una perspectiva de género, la composición de la fuerza laboral en la actividad musical de los subsectores del mercado de la industria musical en Argentina.

Caja de herramientas

Para el análisis se toman en cuenta los aportes Federici, D’Alessandro y Fresner, ensayistas que, desde de la economía política, se basan en la noción de “clase” y su intersección con estudios críticos del feminismo, la cual incluye categorías sociales, biológicas y culturales (género, etnia, edad, orientación sexual) que, como afirmaba Mosco,⁵ constituyen las relaciones de comunicación y cultura. Esta perspectiva permite explicitar cuestiones relativas al mundo del trabajo de la mujer, que además de cumplir con las cargas propias del mismo, debe invertir tiempo y esfuerzo para cumplir con el *trabajo reproductivo*.⁶

En efecto, las experiencias de varones y mujeres en el mercado laboral son diferentes, y una de las diferencias radica en la no remuneración y la desprotección social de las mujeres. Ahora bien, yendo al sector de la industria musical, Zallo (2011) atestigua que dispone de modos de organización específicos. En términos estructurales, la industria musical se desarrolló a partir de la concentración de la propiedad, pero en Argentina no existe una regulación específica que establezca límites a la propiedad cruzada, horizontal y vertical, más bien se rige por el sistema general de control y defensa de la competencia, es decir por la Ley de Defensa de la Competencia N° 25.156.

El sector posee subsectores: la grabación, que comprende la venta de soportes físicos (CD, DVD, vinilo); las ventas digitales (descargas, streaming); la música en vivo (conciertos, recitales, festivales). Vale aclarar que en Argentina, según los últimos informes de la Cámara Argentina de Productores Industriales de Fonogramas (CAPIF), hay una tendencia que se viene expresando en los últimos años con variaciones similares, donde la música en vivo representa casi las 3/4 partes de los ingresos totales del sector de la industria musical, mientras

5 Ver Mosco, V. (2006). *Economía política de comunicación: una actualización diez años después* En Cuadernos de información y comunicación, Vol. 11.

6 El trabajo reproductivo o trabajo de cuidados es realizado mayoritariamente por mujeres. Se lo denomina así para diferenciarlo del trabajo de la producción, dirigido a bienes y servicios. Frente al trabajo productivo, asalariado y reconocido, el trabajo reproductivo (embarazo, parto, lactancia, cuidados para el sostenimiento de la vida familiar, mantenimiento de los espacios y bienes domésticos) no es reconocido ni económica ni socialmente. El concepto se aplica en Sociología, Demografía y Economía, pero también en estudios feministas relativos a la desigualdad de género.

4 Ver D’Alessandro, M. (2017). *Economía feminista*. 2da Ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Ed. Sudamericana.

“Transformaciones de las Industrias Culturales en la Era Digital”

que el mercado de la música grabada constituye un 27%.⁷

Los cambios en el tablero de juego que implica la convergencia tecnológica tienen que ver con la emergencia de los servicios de *streaming*, que son nuevos actores que controlan el proceso de distribución de la música, compitiendo con las grandes compañías discográficas que dominaron históricamente el mercado. Estos actores digitales son intermediarios que monetizan la explotación de las obras musicales, por tanto son los que distribuyen los ingresos por publicidad asociados a los contenidos. Las tensiones suscitadas son de orden político-económico, y se expresan en los porcentajes que las plataformas ofrecen a las discográficas, dejándolas en una posición subordinada.

En un contexto de crisis en el sector y de crecimiento de un 11,7%, según el informe 2017 de la Federación Internacional de la Industria Discográfica (IFPI, según las siglas en inglés), se verá a continuación cómo se expresa la distribución del trabajo en el mercado laboral de cada subsector de la industria musical.

La desigualdad se puede medir: composición de género de la fuerza laboral de la actividad musical en los subsectores del mercado argentino durante el año 2017

Las desigualdades que se vienen mencionando pueden cuantificarse de manera estadística. En este trabajo se tomaron muestras poblacionales que brindan resultados estimativos, con posibles márgenes de error quizá, pero que permiten establecer una proyección.

Se analiza la composición de género en la fuerza laboral integrada por bandas y solistas del mercado de la industria musical argentina, según las principales ventas de la música en vivo; las ventas de soportes físicos y las ventas digitales comparativamente durante el año 2017.

Las muestras se construyen a partir de tres categorías: bandas compuestas solo por mujeres, solistas mujeres, bandas

compuestas solo por hombres, solistas hombres, y bandas mixtas. Luego se calculan los porcentajes de participación de estas categorías en cada uno de los ámbitos.

Para la obtención de datos sobre ventas anuales en soporte físico y digital, la fuente de información utilizada fue de elaboración propia, a partir de relevar datos oficiales sobre los principales rankings de ventas durante el año 2017 publicados en CAPIF (2018), el organismo que se encarga principalmente de la gestión colectiva de derechos de comunicación al público.⁸ Para la obtención de datos del subsector de la música en vivo se incluyó la investigación dirigida por Auska Ovando sobre la composición de género de bandas y solistas que integran las programaciones de festivales argentinos durante el período 2017, la cual comprende las programaciones de *Personal Fest Verano*, *Lollapalooza Argentina* y *Cosquín Rock*.⁹

¹⁰



⁸ Los datos divulgados en el sitio oficial son elaborados por FCP Consulting, una consultora especializada en tecnología de la información.

⁹ Ovando, A. y otros. ¿Cuántas mujeres tocan en festivales latinoamericanos hoy?. Disponible en <https://somosruidosa.com/lee/cuantas-mujeres-tocan-en-festivales-latinoamericanos-hoy/>

¹⁰ Diseño de dibujos de licencia de uso libre tomadas del sitio depositphotos.com

⁷ CAPIF (2018). *El libro blanco de la música grabada*. Disponible en https://www.capif.org.ar/wp-content/uploads/Libro-Blanco-web-2018_low.pdf

Como puede verse en el gráfico, la comparación entre ventas y exhibición de cada ámbito expresa que el mercado más equilibrado es en soporte físico, expresando un 18% de bandas y solistas compuestas por mujeres y bandas mixtas, y un 72% de fuerza laboral masculina. Por su parte, el mercado laboral de la música en vivo en escenarios argentinos, el cual representa –como se expresó anteriormente– un 73% de los ingresos totales del mercado, cuenta solo con un 13,2% de bandas y solistas compuestas por mujeres y bandas mixtas. En tanto las principales ventas digitales en Argentina expresan una composición de bandas y solistas integrada por una apabullante totalidad del 100% de varones, lo cual indica que el mercado de la música digital es el ámbito de mayor masculinización de la fuerza laboral.

La escasa representación de mujeres músicas en el mercado productivo, no solo refleja la existencia de un mercado de productos tales como *CD's*, *playlists* y *line ups* masculinizados, también desde la relación social del mercado expresa una desigualdad en la inserción laboral que, según Mercedes Liska, investigadora sobre música, géneros y sexualidades en el Instituto Gino Germani de la UBA, se remonta a la profesionalización de la actividad musical.

Ese obstáculo para el ingreso de mujeres en el ámbito laboral de la música trae otras consecuencias como la desigualdad económica, que a su vez puede expresarse en otras formas de obstaculizar las trayectorias laborales de las mujeres. Una de ellas es la segregación horizontal, también conocida como “paredes de cristal”, que es la que describe la estratificación por ocupaciones en la que la distribución de actividades laborales reproduce roles y estereotipos de género, donde el trabajo de la mujer se concentra en actividades vinculadas al cuidado, mientras que en el caso de los varones el trabajo se concentra en actividades relacionadas con la fuerza.¹¹ Existe una

El mercado laboral de la música digital es el de menor representación femenina, de hecho no tuvo a ninguna mujer como protagonista en el ranking anual de ventas durante el año 2017.

creencia en el ámbito musical que vincula algunos roles como la ejecución de instrumentos con la fuerza física. Se considera este tipo de segregación como una manera representativa de lo que pudo verse en los resultados a partir de los datos observados: ese mito fundacional de la industria subrepticamente reproduce la idea de que por ser mujer hay un impedimento biológico para ejercer el rol de músico.

El sector de la industria musical no es una isla, reproduce lo que en términos generales sucede en otros sectores productivos, aunque pese a ello no existen impedimentos en términos de cualificación laboral expresada en capacidad, conocimiento, ductilidad en ejecución y creatividad que diferencien la labor que puede llevar adelante uno u otro género.

Otra forma de segregación se expresa de manera vertical o popularmente conocida como “techos de cristal”, asociada con una estratificación jerárquica que discrimina a las mujeres para acceder a espacios de toma de decisiones, como puede verse en la escasa o nula representación de mujeres que lideren las bandas más vendidas en el mercado. A su vez, en base a este techo se encuentra el “piso pegajoso”, concepto que refiere al fenómeno por el cual las mujeres quedan “atrapadas” en puestos de trabajo menos calificados (lo que implica menor remuneración y derechos) y, generalmente, asociados a los roles y estereotipos de género.

El mercado laboral de la música digital es el de menor representación femenina, de hecho no tuvo a ninguna mujer como protagonista en el ranking anual de ventas durante el año 2017.

Se desmontan así algunos mitos del determinismo tecnológico, donde las posibilidades de desarrollo laboral de las músicas no están determinadas por los avances tecnológicos, sino por la falta de novedad

mujeres la principal actividad es el trabajo doméstico, seguida por el comercio y luego la enseñanza. No obstante, en el caso de sus pares varones, la principal actividad es el comercio, seguido por la industria y luego el sector de la construcción.

11 Los datos surgen de la Encuesta a Hogares INDEC correspondiente al 4to trimestre de 2017 segmentado por rama de actividad en varones y mujeres; en el caso de las

“Transformaciones de las Industrias Culturales en la Era Digital”

de esas relaciones enmarcadas en la producción del capitalismo contemporáneo.

La innovación productiva apropiada por un capital cada vez más concentrado sigue siendo distribuida conforme al esquema tradicional de organización económica y social. Pero no todo está perdido, si bien la disputa entre una fuerza laboral local y un sistema abstracto y global como es el de la industria musical es difícil de abarcar en un análisis de estas características, es interesante destacar una de tantas experiencias que propone otras formas de relaciones, donde entran en tensión las tendencias vistas hasta el momento.

En octubre de 2018, trabajadores pertenecientes al sector en articulación con el Instituto Nacional de la Música (INAMU) y parte de su anterior conducción, presentaron en el Congreso de la Nación un proyecto de Ley de cupo femenino que establece un piso del 30% para eventos de música en vivo y busca equilibrar el acceso laboral en materia de género. La cifra contempla a solistas y bandas lideradas por mujeres y a formaciones mixtas. Esta iniciativa disputa en términos económicos y sociales, la posibilidad de que más mujeres participen del mercado que se lleva la mayor parte de los ingresos del sector.

En términos políticos son destacables dos aspectos: la influencia del movimiento feminista en el ámbito laboral y la particularidad de esta *praxis* social. Un aspecto muy positivo es que se plasmó de manera transversal a todos los intereses de cada representación política partidaria, una estrategia común a los intereses del sector de trabajadoras y trabajadores de la música, puesto que se logró presentar el proyecto con la firma de 14 senadores de 5 fuerzas políticas diferentes (incluyendo oficialismo y oposición). El punto clave de la ley es el derecho al trabajo, pero también implica pensar las acciones en el marco de las transformaciones sociales y la confluencia de nuevos actores, la tensión de éstos con los actores tradicionales, la construcción de nuevas formas de institucionalidad, como también el rol del Estado en políticas culturales, jurídicas y como garante de procesos de ampliación de la democracia cultural.

Algunas ideas sobre lo expuesto

Para poder comprender de manera crítica los procesos que reproducen las relaciones y asimetrías actuales en el mercado laboral de la industria de la música se necesita crear antecedentes con evidencias cuantitativas desde una perspectiva de género. Uno de los mayores límites que aparece cuando se aborda una problemática de estas características es la ausencia de datos. Sin embargo, de manera creciente en el campo académico, en el sector mercantil, como también en el Estado y organizaciones de la sociedad civil, estos temas vienen ganando terreno.

Queda pendiente para investigaciones futuras, la incorporación de otros conceptos como el “uso del tiempo” y variables que afectan la vida laboral de las mujeres músicas, como la maternidad, solo por citar un ejemplo.

Es necesario consolidar los avances en materia de implementación plena de los derechos laborales y culturales, fortaleciendo los roles institucionales, en lo posible desgubernamentalizadas, que desarrollen intervenciones de litigio estratégico, investigación, formación y sindicalización. Se hace necesario también explorar herramientas jurídicas que equilibren las asimetrías estructurales, como los cupos, u otros mecanismos de estímulo que permitan perforar los cristales de la exclusión. En general, se necesita visibilizar tramas ocultas y naturalizadas, a los efectos de objetivar las sedimentadas afectaciones de acceso al trabajo y participación en el sistema económico.