

TODAS AS ARTES

.....
REVISTA LUSO-BRASILEIRA DE ARTES E CULTURA
ALL THE ARTS LUSO-BRAZILIAN JOURNAL OF ART AND CULTURE



Vol. 8, N. 3, Set.-Dez. 2025
ISSN 2184-38052

“EL CUERPO DEL DELITO”. IDENTIDAD Y REPRESENTACIÓN EN LA PRENSA MUSICAL

“O CORPO DE DELITO”. IDENTIDADE E REPRESENTAÇÃO NA IMPRENSA MUSICAL

“THE BODY OF THE CRIME”. IDENTITY AND REPRESENTATION IN THE MUSIC PRESS

“LE CORPS DU DÉLIT”. IDENTITÉ ET REPRÉSENTATION DANS LA PRESSE MUSICALE

Angels Bronsoms

Universidad Autónoma de Barcelona, Programa de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Barcelona, Spain

RESUMEN: Este artículo pretende revisar la representación de la mujer en la prensa musical de 1980 a través de una muestra de 35 portadas de tres revistas musicales de rock: *Rolling Stone* (USA), *New Musical Express* (U.K) y *Vibraciones* (España). El contexto cultural de la época -en el cambio de una nueva década de progreso y modernidad- propicia nuevos marcos de representación de la mujer que la prensa musical refleja a través de estereotipos de género que aluden a una sexualización, infantilismo y en definitiva a una objetificación que acaba por invisibilizarlas.

Palavras-chave: género, prensa musical, portadas revista, 1980, androcentrismo.

RESUMO: Este artigo tem como objetivo é analisar a representação da mulher na imprensa musical de 1980, através de uma amostra de 35 capas de três revistas musicais de rock: *Rolling Stone* (EUA), *New Musical Express* (Reino Unido) e *Vibraciones* (Espanha). O contexto cultural da época — na viragem para uma nova década de progresso e modernidade — propicia novos marcos de representação da mulher, que a imprensa musical reflète através de estereótipos de género que aludem à sexualização, ao infantilismo e, em última análise, a uma objetificação que acaba por torná-las invisíveis.

Palabras-clave: género, prensa musical, capas de revistas, 1980, androcentrismo.

ABSTRACT: This article is about reviewing the representation of women in the music press of 1980 through a sample of 35 covers of three rock music magazines: *Rolling Stone* (USA), *New Musical Express* (U.K) and *Vibraciones* (Spain). The cultural context of the time -at the turn of a new decade of progress and modernity- fosters new frames of representation of women that the music press reflects through gender stereotypes that allude to sexualization, childishness and ultimately to a objectification that ends up making them invisible.

Keywords: gender, music press, magazine covers, 1980, androcentrism.

RÉSUMÉ: Cet article vise à analyser la représentation des femmes dans la presse musicale des années 1980 à travers un échantillon de 35 couvertures de trois magazines de rock: *Rolling Stone* (États-Unis), *New Musical Express* (Royaume-Uni) et *Vibraciones* (Espagne). Le contexte culturel de l'époque – à l'aube d'une nouvelle décennie placée sous le signe du progrès et de la modernité – favorise de nouveaux cadres de représentation des femmes que la presse musicale reflète à travers des stéréotypes de genre faisant allusion à la sexualisation, à l'enfantillage et, en fin de compte, à une objectivation qui finit par les rendre invisibles.

Mots-clés: genre, presse musicale, couvertures de magazines, 1980, androcentrisme.

1. Enmarcando el género

En la presente investigación abordamos sectorialmente la dimensión de género¹⁾ de tres revistas musicales de rock en el año 1980 mediante un análisis de contenido cualitativo de imágenes que nos permiten considerar qué factores incurren en la representación de la mujer en los medios y con qué narrativas, imágenes y estereotipos femeninos están asociadas. El análisis de género feminista es detractor del orden patriarcal, contiene de manera explícita una crítica a los aspectos nocivos, destructivos, opresivos y enajenantes que se producen por la organización social asentada en la desigualdad, la injusticia y la jerarquización política de las personas basada en el género (Lagarde, 1996: 3).

En el abordaje de “la construcción simbólica del mundo”, la narración -como instrumento que vehicula conocimientos y nexos relacionales de la vida social- constituye “maneras de contar las cosas que no son neutras, sino que siempre nos hablan (al tiempo que construyen) desde un punto de vista moral, condicionando nuestra percepción de esta construcción” (Cabruja *et al.*, 2000: 82-83). En el contexto de los medios de comunicación hablamos de como “la cultura política de una comunidad es fundamental para que un encuadre pugne con otro y busque instalarse” (Aruguete, 2017: 41) y en ella, como los medios ejercen de espejo, ventana y construcción de la realidad pero también de mediadores, ya que son sistemas de signos que hay que leer críticamente, en lugar de reflejos de una realidad que como audiencia debemos aceptar (Orozco, 1994).

Un marco referencial epistemológico para encuadrar la medición de contenidos de la muestra, y de los mecanismos y estrategias de mediación de estos mensajes en los medios y su relación con el público, nos lo ofrece la teoría del *framing* (Sábada, 2001) que estudia la importancia de los atributos y la *agenda setting* (Muñiz, 2020) cuyo encuadre es la selección de la información y sus efectos. Esta exclusión — o énfasis de unos contenidos por encima de otros —, la selección de la realidad, y por tanto su impacto, se equipará a la idea del *media gatekeeper*. Algunos de estos marcos son percibidos como maneras muy bien orquestadas para entender las relaciones sociales que comparten visiones parciales de ver la realidad y preservar el statu-quo masculino (Byerly & Ross, 2006). Beauvoir (1949) en *El Segundo Sexo* ya sitúa la reflexión sobre el cuerpo en el centro del feminismo, en un mundo en el que el cuerpo es sometido a tabúes y estereotipos que sirven como excusa para legitimar las más evidentes discriminaciones sociales.

¹⁾ Guías de referencia: El “Manual de Indicadores para evaluar la sensibilidad de en contenidos mediáticos (GISM) elaborado por la Unesco” (2014), “Manual sobre Género en la investigación” (2009) y la “Guía Sager, Sex and Gender Equity in Research” (2016) elaborada por el Comité de Política de Género de la Asociación Europea de Editores de Ciencia.

La prensa musical y la industria discográfica ha legitimado a sabiendas la exclusión de la mujer con premisas de inferioridad y un discurso de discriminación y de transmisión de estereotipos de género (McLeod, 2002). “Cuando una serie de símbolos se representan repetidamente como algo típico de un grupo pasamos a la creación de estereotipos” (Quin, 1996: 226). Los estereotipos son vistos con una naturalidad consensuada porque su existencia es compartida, aunque su selección esté basada en prejuicios.

En las portadas de las revistas que hemos analizado, y con el formulismo de que sean un reclamo para incitar a su lectura y sus textos, se reproduce una iconografía que no está exenta de sesgo de género y que es un reflejo de la ideología de la publicación.

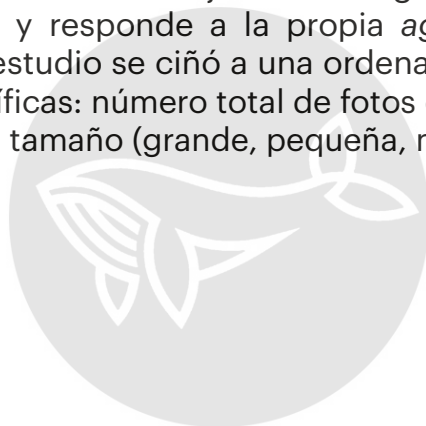
Analizar los mensajes visuales -especialmente en el caso de la publicidad- permite adentrarse en el concepto de violencia simbólica establecido por el teórico francés Pierre Bourdieu sobre la articulación de mecanismos, imágenes y prácticas que tratan de imponer una visión del mundo que se pretende legitimar (Molina & Porras, 2012: 69).

La fotografía es un producto de contenido simbólico en la que coexiste una relación de poder por parte de su autor/a que escoge “un determinado modo de observar ciertas convenciones, de codificar su trabajo y de convertirlo en un producto de comunicación” (Ledo, 1998: 148).

Erica Block (2010) realizó un análisis visual sobre portadas de la revista *Rolling Stone* para determinar la evolución de la cultura visual que rodea a la música rock y comprobar si existía una discriminación participada por la autoridad simbólica en como la publicación representaba los afroamericanos. Su trabajo demostró que la tendencia era presentarlos como blancos, pero conservando el atractivo sexual y físico de la estética y los estilos de interpretación de los afroamericanos con técnicas como desenfocar imágenes o utilizar ilustraciones para desvirtuar sus movimientos.

Rolling Stone covers operate as more than visual publicity for the artist or personality they feature. In American culture, the cover of Rolling Stone has functioned during the twentieth century as the most prestigious visual space for rock artists to garner public attention. Perhaps more than any stage or amphitheater, the covers attach a symbolic import to a rock artist’s image and like the performance of rock and roll itself, the covers are just as hyperbolic (Block, 2010: 60).

La presente investigación, tiene como objetivo catalogar esta representación que alude a una falta de imparcialidad y responde a la propia *agenda setting* de los medios. La aproximación al objeto de estudio se ciñó a una ordenación de imágenes estereotipadas según unas variables específicas: número total de fotos de artistas femeninas, tipo de foto (individual, grupo, carátula), tamaño (grande, pequeña, mediana), subtítulo.



Asimismo, y para conocer el tratamiento que las mujeres recibían en las portadas e imágenes de las publicaciones seleccionadas^{2.)}, recurrimos a una observación semiótica cualitativa de los estereotipos de género de estas imágenes (mujer activa, pasiva, cosificada, fragmentada, con los ojos cerrados que ocultaban su mirada, mostrando un aspecto de su vida privada). En cuanto a las variables utilizadas en el análisis de los estereotipos de texto, se optó por categorías como: el tratamiento vicario de la mujer, el aspecto físico, pasividad, mujer objeto, énfasis en aspectos de su vida privada o pública.

2. Rostros sin cuerpo, cuerpos sin rostro

Las tres publicaciones analizadas son las más pertinentes y representativas de 1980, una década considerada un periodo de prosperidad material en el que las industrias creativas de las diferentes capitales mundiales se constituyen como referentes en la creación de tendencias generadas por la vida social de sus comunidades artísticas. En la elección de la muestra analizada se sopesaron premisas como el rigor en el tratamiento de la información musical, impacto comercial y popular y nivel de prestigio de las publicaciones y finalmente se seleccionaron *Rolling Stone*, revista norteamericana icónica de la cultura popular, *New Musical Express* (Reino Unido) y *Vibraciones* (España).

En las revistas examinadas es exiguo el porcentaje de los artículos y entrevistas redactados por mujeres. En el staff de *Rolling Stone* (USA), por ejemplo, la proporción de hombres era el doble que de mujeres (98 por 57). Entre los cientos de artículos publicados de la muestra analizada observamos las firmas de sólo cuatro redactoras: Pamela Rousseau, Laura Fissinger, Debra Rae Cohen y Liz Lufkin.

En la revista británica, *New Musical Express* el staff masculino alcanza los 46 empleados frente a 6 mujeres y entre ellas, las voces de Deanne Pearson, Julie Burchill, Lynn Hanna, Vivien Goldman, Cynthia Rose, Sheryl Garratt y colaboradoras como Lucy O'Brien.

Vibraciones (España) con una plantilla de 10 solo constaba una única colaboradora, Patricia Godes, quien araña unas páginas a lo largo de los doce ejemplares publicados del año 1980. La publicación sintetiza y refleja que la exclusión de la mujer no tenía lugar solo en las redacciones donde ellas competían como profesionales, sino en la escena como receptoras de dichas críticas por parte de los agentes responsables que validaban la masculinidad como lo auténtico.

²⁾ Investigación que parte de la tesis doctoral de Angels Bronsoms (2021). Género, prensa musical rock y feminismo punk: EEUU, UK y España en los 80's. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) llevando a cabo un análisis de contenido con perspectiva de género con la contabilización, vaciado y clasificación de textos que tengan como protagonista a una mujer. La investigación cuantitativa se complementa con un enfoque cualitativo basado en 63 ejemplos de estereotipos de imagen y texto (18 en *Rolling Stone*, 15 en *NME*, 30 en *Vibraciones*) que permitió categorizar la presencia-ausencia y discriminación en el tratamiento de la mujer en el rock. Finalmente se optó por elegir a cinco mujeres representativas de la subcultura punk, artistas cuya reputación, maestría y obra son referentes en la historia de la música popular para demostrar como la exclusión conminó a estas mujeres a ofrecer resistencia a los estereotipos encarnando una identidad feminista punk y constituyéndose en unas referencias indiscutibles. Disponible en: <https://www.tdx.cat/handle/10803/674458>

3. Rolling Stone

Es indudable el impacto mundial de *Rolling Stone* como autoridad musical en la cultura popular contemporánea en sus más de 50 años de existencia y con un diseño visual que ha sido garante de reputación y notables ingresos cooperando con la industria en la promoción de músicos.

Rolling Stone albergó una mentalidad aperturista al tratar temas de interés general para ampliar la demografía de sus lectores, pero no así en materia de feminismo, ni cuestiones de raza. La revista ha sido un escaparate que ha publicitado las ventas de la industria discográfica y del entretenimiento adjudicando la portada y entrevista central al/la artista que alcanza uno de los 5 primeros puestos en las listas Top 100 Album Chart de *Rolling Stone*. En dichas listas las semanas correspondientes al periodo 1980 la presencia de la mujer no supera el 23%.

El sesgo de género que ejerció la publicación -como veremos a continuación- podría explicarse por la acción del crítico musical como intermediario cultural y *gatekeeper* de los medios. Pero también en las fotografías de *Rolling Stone* se constata que su autora, la fotógrafa norteamericana Annie Leibovitz, ejerce un sesgo de género otorgando y desposeyendo de credibilidad a unos y otros. En una industria tan masculinizada, esa actitud sesgada puede explicarse con la idea de que para ser aceptadas, algunas profesionales precisan interiorizar los patrones como mero acto reflejo de la dinámica periodística dominante. “Las imágenes de Leibovitz captaban la crudeza sensual del rock, las ambigüedades de su postura machista. Cuando le preguntaron cómo había sido trabajar en un mundo tan masculino, respondió: 'No creo que sea tan masculino. ¡Jagger tiene un lado muy femenino!’” (O’Brien, 2012: 357).



Figura 1: 12 portadas *Rolling Stone*, 1980

Fuente: Autora

Las 12 portadas (Figura 1) que corresponden a los ejemplares publicados en 1980 se han segregado por género. En la observación que nos ocupa, las mujeres de la industria musical son tres junto con Dolly Parton, que es a la vez cantante y actriz. Advertimos que los titulares de las portadas apelan a una mujer objeto, siendo totalmente antagónicos los referidos a los hombres que son representados como sujetos activos y viriles. Se trata de reclamos que transmiten una falsa neutralidad, quizás para enfatizar en la necesidad de ir más allá y adentrarse en la búsqueda de más contenido en las páginas interiores. Todas las portadas, a excepción de la correspondiente a Dolly Parton son obra de la fotógrafa y retratista norteamericana Annie Leibovitz.



Figura 2: R.S. Linda Ronstadt. Abril, 1980

Figura 3: R.S. Heart. Mayo, 1980

Figura 4: R.S. Pat Benatar. Octubre, 1980

Figura 5: R.S. Dolly Parton. Diciembre, 1980

Fuente: Autora.

Portada y titular 1: “The styles of Linda Ronstadt” (Figura 2). El título ya plantea una sospecha, y es la verdadera ocupación de su protagonista Linda Ronstadt quien, como cantante, ha ganado 11 premios Grammy, y en 1980 era una estrella que vendía un millón de discos al año. En la entrevista interior se ha escogido una reiteración del atractivo femenino “More than just one look”, una adjetivación improbable si fuera dedicada a un hombre y que denota cosificación. El hecho de que la autoría de la fotografía sea mujer, no garantiza una mirada carente de estereotipos. Las convenciones utilizadas por la revista para dar coherencia a su contenido, y los propósitos de atraer a un público masculino, son una clara evidencia de estas opciones de la fotógrafa que ha interiorizado lo que se espera de ella como profesional y nos instruye que las mujeres, para llegar a estas posiciones de poder, tuvieron que alinearse con el pensamiento dominante.

Portada 2 (Figura 3), protagonizada por el dúo norteamericano Heart, formado por las hermanas Nancy y Ann Wilson es una imagen que transmite pasividad a través de la mirada, y erotismo con los dos cuerpos aparentemente desnudos. Exhibir imágenes del cuerpo femenino, o partes de este, en este caso, es un recurso para captar la atención como un adorno o reclamo, como un cuerpo inferior, sin talla ni estatus social. Bengoechea (2006) lo define como una forma de aniquilación simbólica del género femenino en el discurso público y le adjudica el término “reificación femenina”³⁾. El titular sexista con la que se las adjetiva: “Heart attack. Rock’s hot sister act” remite a una expresión que exhibe una construcción parcial de la realidad incrementando todavía más su anonimato y mermando su empoderamiento y visibilidad. La periodista musical Daisann McLanes las entrevista en las páginas interiores donde se las representa vestidas y sonrientes; son mujeres activas y, mediante el recurso de la corbata, les atribuyen un aspecto más andrógino que contrasta con la cosificación de la fotografía de portada.

Portada 3 (Figura 4) la protagoniza la multipremiada cantante y compositora norteamericana Pat Benatar. El titular: “Pat Benatar, this year’s model: slick and sexy” es, de nuevo, un reflejo de la perspectiva androcéntrica de la revista apelando al público objetivo con imágenes que fomentan un modelo de belleza, de perfección, de juventud y delgadez poco reales. Observamos que Benatar mira a cámara con un gesto entre sorpresa y rechazo, como si tratara de evadirse de su guitarrista, el músico — y pareja en la vida real — Neil Giraldo quien intenta besarla con un gesto artificial mientras sostiene su guitarra con la otra mano. El reportaje interior contiene dos imágenes, en la que los miembros del grupo, comandados por Giraldo, elevan a Benatar aparentemente como si se tratara de un trofeo. En realidad es una figura inerte, desposeída de vida, a quien tan siquiera es posible identificar al tiempo que uno de los participantes la mira con condescendencia y menosprecio, y el otro muestra sus bíceps en señal de control. Una vez más, ellas transmiten apariencia y ellos agencia, una cosmovisión del patriarcado que otorga a la mujer el rol de objeto frágil, pasivo y hasta ridículo.

De la entrevista a Benatar reseñamos la frase: “I used to think I could be sexless on stage. It doesn’t work”, es una manifestación de la carga de auto marginación que representa ser constantemente sexualizada en escena y revela la fragilidad con la que las artistas deben defender su integridad musical. Dolly Parton, actriz y compositora norteamericana, considerada la cantante con mayor éxito comercial del género country, protagoniza la cuarta portada (Figura 5) firmada por el fotógrafo Richard Avedon. Se presupone la circunstancia de representar a Parton con un atuendo navideño -dado que el ejemplar se publicó el 11 de diciembre de 1980 — y optando, en este caso, por un prototipo de mujer atractiva, jovial y sexualizada, enfundada en un estrecho traje que enfatiza su cinturita de avispa, una representación alejada del viejo señor con barba blanca que lleva insertado en el pecho.

³⁾ Se denomina reificación, cosificación u objetualización al proceso sistemático por el que un ser sensible se deshumaniza, se reduce a una cosa, a un ser insignificante sin estatus social, se convierte en algo que se puede intercambiar, poseer, trocar, guardar, exhibir, usar, maltratar, disponer y desechar. Las mujeres se van dando cuenta de su categoría de objeto en esta sociedad a través de todos los ritos y formas colectivas que la sitúan como espectáculo y objeto de posesión (Bengoechea, 2006: 30).

El titular: “The unsinkable Dolly Parton bursts into the movies”, aparentemente no connota negatividad hasta que topamos con la entrevista central donde el periodista Chett Flippo somete a un feroz acoso a la gran Dolly Parton sancionando su belleza, hurgando en sus orígenes y recordándole su condición de “cuerpo”.

Bengoechea (2015: 113) asimila esta actuación con una práctica discursiva asimétrica cuyo objetivo es reforzar la ideología de género mediante el uso de detalles que acentúan sus rasgos físicos, o sus relaciones amorosas o familiares y que transmiten revancha dado el rechazo del que es objeto el periodista por parte de Dolly Parton. Es un rasgo propio de la óptica androcéntrica, en esta práctica, el sujeto enunciador es un varón “que parece dirigirse sólo a varones”.

Los titulares cargados de subjetividad construyen y atribuyen valoraciones y capacidades diferentes a hombres y mujeres, transmitiendo emociones y mensajes muy desiguales y situando a la mujer en inferioridad de condiciones. Leivobitz muestra al dúo Heart desnudas, en cambio cuando fotografía al cantante y guitarrista británico Pete Townsend, resalta su figura masculina vestida, de cuerpo entero, un hombre no sexualizado y en acción con su instrumento. Son ejemplos de una latente violencia simbólica que transmite un mensaje donde el sujeto es un ideal de mujer sometida a unas normas estéticas según la ideología de género imperante y en muchos casos haciéndolas participes de su propia cosificación (Verdú, 2018).

En cuanto a los titulares que hacen referencia al hombre, observamos que otorgan a Pete Townsend un estatus de celebridad, no solo porque aparece con su nombre y apellido, sino que la suya es “The Rolling Stone Interview”. En otros casos, leemos calificativos como: “símbolo de América”, referido a Bob Hope, o: “monumentos del rock” a *The Rolling Stones* y subrayando su agencia, sus acciones y elogiando sus comportamientos. En algún caso se enfatiza, incluso, que su condición masculina juegue a favor del estereotipo: “el chico malo del tenis se casa con una conejita y deja de usar palabrotas”.

4. New Musical Express

El semanario británico *New Musical Express* (NME) adquirió prestigio y popularidad durante varias décadas apostando por una estética de portadas con una composición visual y gráfica modernas. En 1978, NME modernizó su cabecera cuya remodelación fue encargada al diseñador de arte británico Colin Fulcher -conocido como *Barney Bubbles*- considerado el creador del concepto de *album cover art* en la escena independiente británica de los años 1970-1980. Desde entonces, la dirección artística de NME opta por una compaginación de imágenes en blanco y negro sobre un fondo negro o blanco, en algunos casos fotografías a color, y captar la atención del lector/a mediante poses arrogantes mirando de forma directa a la cámara.





Figura 6: 11 portadas New Musical Express, 1980

Fuente: Autora.

Para el presente análisis de portadas se ha seleccionado una muestra representativa de los 12 meses entre los 45 ejemplares publicados por *NME* en 1980 (Figura 6) prescindiendo de un ejemplar en el mes de junio debido a la huelga de la NUJ (National Union of Journalist) y con solo 4 mujeres como portada. Este resultado expone una deficiente inclusividad de género en las portadas así como el manejo de estereotipos sexistas en algunos subtítulos de las fotografías interiores y en titulares de noticias.

El léxico utilizado por la publicación es informal, mezcla de humor y sarcasmo, y busca llamar la atención de los/las lectores/as describiendo una perspectiva del mundo con metáforas revestidas de humor sobre el cuerpo femenino que sirven para compartir un imaginario social con otros varones. Son imágenes estereotípicas que encajan con los viejos mitos patriarcales y omiten el nombre común de estas mujeres y, mediante juegos de palabras, expresan actividades femeninas que no resaltan sus capacidades o comportamiento, sino su apariencia.

Portada 1 protagonizada por una mujer corresponde a Jayne Casey (Figura 7), directora artística inglesa conocida por su participación en la escena punk y new wave de Liverpool en las décadas de 1970 y 1980 con los grupos Big in Japan, Pink Military y Pink Industry. En esta imagen, firmada por el fotógrafo británico de rock y jefe de fotografía de *NME* Kevin Cummins,⁴⁾ Casey oculta su identidad y su mirada de forma que enmascara cualquier referencia que permita reconocerla más allá de su característico peinado. El propio Cummins sentencia que no existían prejuicios de género: “I didn’t want a glossy pin up shot just because it was a woman. I felt we could just play with style.”

⁴⁾El fotógrafo británico Kevin Cummins entrevistado via correo electrónico el día 12/2/2021



Figura 7: NME. Pink Military. Enero, 1980

Figura 8: NME. Women in rock. Marzo, 1980

Fuente: Autora.

El minúsculo subtítulo a pie de página nos informa: "Pink Military's Jayne takes a cautious peek at 1980". En esta frase no se nombra a Casey con su apellido, esta familiaridad en el trato nos remite a una falta de credibilidad del personaje, contribuyendo a su invisibilidad. La portada 2, *Women in rock* (Figura 8) la protagonizan 16 mujeres pertenecientes a diversos grupos femeninos británicos: The Raincoats, The Au-Pairs, The Mo-dettes, The Slits, The Passions. La imagen no está acreditada, pero en el reportaje interior se atribuye al fotógrafo Mike Laye. NME elige un abordaje sectorial del panorama musical otorgando un reportaje de tres páginas al talento femenino como si fueran una anomalía. El título aparece compaginado a un tamaño excesivo en comparación al diminuto subtítulo: *Some girls talk* casi invisible, adquiriendo un tinte de burla asimilable a una conversación fútil.

Promocionar a las intérpretes femeninas juntas es una forma de dirigirse a públicos diversos y cubrir tus apuestas, pero los artículos de tendencia sobre "mujeres en el rock" parecen cada vez más anticuados. Cuando esta categoría desaparezca por fin, quizá podamos celebrar la verdadera igualdad para las mujeres en los negocios (O'Brien, 2012: 15).

Consideramos, como sugiere la académica, escritora y periodista británica Lucy O'Brien que este tipo de especiales son un anacronismo, una marginalización que transmuta su participación en un grupo de recién llegadas, factor que no tiene traslación en el caso de los hombres músicos. No existen especiales sobre "Men in music" o interés en indagar sobre

“Some boys talk”. Es encomiable, asimismo, el esfuerzo de la periodista Deanne Pearson en tratar de consensuar una voz entre las opiniones de un conjunto de mujeres revelando cómo es el encaje y las dificultades de las artistas por internarse en un espacio de dominio patriarcal como es la escena musical británica. *Women in rock* es un ejemplar donde existe comparativamente una menor presencia de contenidos protagonizados por mujeres.

Gallego (2004) sugiere que hay actitudes, como en el caso de Pearson, que reafirmaría que existe una cosmovisión social dominante en la cultura profesional periodística que otorga más importancia a la constelación de los valores masculinos que los femeninos. En este sentido, adjudica que es necesaria una pedagogía que integre unas buenas prácticas, de lo contrario adoleceremos de discursos androcéntricos plausibles para los editores, pero en contradicción con la ideología de muchas mujeres en las redacciones de revistas musicales validando la acción del patriarcado y en contra de sus intereses. Las y los periodistas señalados con una cierta sensibilidad para algunos temas (como por ejemplo los temas de género, pero también cualesquiera otros), tienen que ser muy cautelosos para no significarse demasiado, no vaya a ser que fuesen “encasilladas o encasillados” en esa debilidad que, de reincidir con demasiada frecuencia, pudiera disminuir sus posibilidades de promoción en la empresa” (...). En este sentido, la sensibilidad especial por los temas de género, mujeres, feminismo, desigualdad sexual, etc. suele ser especialmente molesta para los muchos actores implicados en la elaboración de la información, desde jefes/jefas, a profesionales de rango superior e incluso igual. Y es mucho peor tolerada que otras sensibilidades que puedan ser mostradas hacia otros aspectos de la realidad social (2004: 46-47).

Portada 3 representa a un grupo de mujeres en un concierto de la escena musical japonesa sin conexión a ningún grupo concreto y por tanto fuera del rango de nuestro análisis. Portada 4 es una composición de 16 imágenes del grupo mixto Talking Heads (Figura 9) con una mujer, la artista, cantante compositora y autora estadounidense Tina Weymouth, fundadora y bajista del grupo y de su proyecto paralelo Tom Tom Club. Las fotografías son autoría del fotógrafo, director de cine y video holandés Anton Corbijn carente de connotaciones discriminatorias.

Advertimos que NME procede con sensibilidad en dar cabida a la diversidad de identidades adscritas a diferentes etnias culturales y tribus urbanas, aunque la norma es una masculinidad hegemónica y unos cuerpos estereotipados. En contraposición las 7 portadas protagonizadas por hombres no transmiten sexualización alguna y son respetuosas con la imagen de sus protagonistas y la imagen que destilan es la de una publicación seria en la presentación de los artistas sean hombres o mujeres. Las páginas interiores — en palabras de Pat Long (2012), autor de la crónica definitiva de NME — demuestran que los periodistas de esta publicación se encontraban imbuidos del “nuevo periodismo”, junto una mezcla de sabor de prensa underground y fanzine a diferencia de Rolling Stone, que trataba a sus estrellas como deidades construyendo el mito del rockero como un artista genial. Los titulares utilizan verbos de acción, adverbios evaluativos y, aunque se busca la provocación con juegos de palabras, se infiere que se trata de una masculinidad que aplica sus normas, imponiendo una perspectiva androcéntrica propia de la ideología patriarcal.

5. Vibraciones

La revista *Vibraciones* (Barcelona, 1974), gozó de 8 años de historia hasta desaparecer en 1982 en plena Transición democrática, una etapa de aperturismo social en la que la revista supo dar voz a una juventud que poseía conciencia como sujeto político y reflejó -con visiones machistas del patriarcado- en contenidos que se centraban en la actualidad musical, debate sobre la música en directo, conciertos, precios de los discos, y reacciones polémicas sobre determinados artículos publicados.



Figura 9: 12 portadas *Vibraciones*, 1980

Fuente: Autora.



Figura 10: *Vibraciones*. Blondie. Febrero, 1980



Figura 11: *Vibraciones*. B-52. Diciembre, 1980

Fuente: Autora.

En la Portada número 1 (Figura 10) leemos el titular “bueniiiiisima Blondie”, un eufemismo que sirve para referirse a Blondie, el grupo cocreado por Debbie Harry, su cantante, y compositora, pero cuyo mensaje funciona como refuerzo de la ideología de género. En el mismo ejemplar otro titular “Las chicas del nuevo rock” actúa nuevamente desdibujando el objeto de interés refiriéndose a un genérico femenino y desvalorizando a sus protagonistas. ¿Como se construye y se recibe este discurso, cuáles son las presuposiciones androcéntricas que oculta, y dónde se sitúa a mujeres y hombres, y qué consecuencias tiene en sus vidas este tipo de mensajes? (Bengoechea, 2015: 115).

Lo comprobamos en la entrevista interior en la que, con el título “El cuerpo del delito”, Deborah Harry es representada con una fotografía que combina elementos del *male gaze* ⁵⁾ — asimilada a un modo de performatividad relacionada con los valores tradicionales de feminidad- y los de la expresión punk desacomplejada. Harry, con su agencia, realzando y reivindicando su derecho a la diferencia, con su fantasía y frivolidad, provoca una sanción que la convierte en ofensa, en delito (Gallego, 2013). El cuerpo es el espacio que comunica adhesión o fractura de las normas de género, y en el caso de Deborah Harry, como artista, conlleva una serie de roles y estereotipos. Tal y como defiende Guerra (2025a), este cuerpo es donde el discurso del patriarcado del rock actúa, una mirada ajena que nos construye imprimiendo su poder con movimientos ideológicos básicos como el encuadre y el gatekeeping transmitiendo la misoginia con su discurso sexista.

Los titulares relativos a los grupos de rock masculinos reivindican una masculinidad superior: “El rock es vivido por su público masculino (o masculino honorario), excluyendo a niñas y mujeres” (Reddington, 2012: 167). En los ejemplos distinguimos como se les atribuyen calificativos asociados al poder, la perfección o la dureza, enmarcando sus habilidades profesionales:

Eficiente, etéreo, memorable, perfecta coctelera, arte y oficio, gracia efervescente, la única maravilla de Detroit, rock en el corazón, colmillos afilados, guitarras de lujo, bocas abiertas, arte especial, rock’n’roll fabricado con energía y pureza, canciones perfectas, super concierto, ritmo pop increíble, gran espectáculo de los nuevos faraones del rock, triunfo total del rock de alto voltaje, antiguo cerebro, concierto impecable, bucólico, lirico y grandioso, música personal e intransferible, sofisticado, “planante”, paquete variado y atractivo, perfecto, marchoso y hasta grandioso, música estimulante e imaginativa (Bronsoms, 2021: 235).

La investigadora, escritora y docente Juana Gallego⁶⁾, juzga que el cuerpo femenino se puede despedazar y parcelar del todo; el cuerpo masculino, en cambio sólo admite el mentón, el torso y los genitales. ¿Sería plausible una asimetría en la que representáramos a la mujer -y sus cualidades performativas- poniendo en valor su busto o sus ovarios? Portada 2 (Figura 11), la protagoniza la cantante estadounidense Cindy Wilson del cuarteto B-52. Los titulares de las portadas de *Vibraciones* de 1980 funcionan como índices de contenidos,

⁵⁾ En 1975 la teórica británica de cine feminista Laura Mulvey se fundamenta en la teoría del placer visual para expresar que los personajes femeninos en el cine son representados siempre bajo la lupa de la apariencia y de ser objeto de deseo bajo la mirada masculina suscitando mecanismos voyeristas o fetichistas.

⁶⁾ Dra. Juana Gallego, referenciada el 26/3/2019 en el contexto del Máster de Género y Comunicación (UAB).

pero no necesariamente replican informaciones en las páginas interiores. La elección de la fotografía de Cindy Wilson es circunstancial ya que según sus editores la portada privilegiada era reservada a "Ted Nugent, la furia del rock and roll" decisión que, de nuevo, excluye la posibilidad de obtener una voz propia condenando a la mujer a la alteridad y la exclusión.

Judith Butler (2003), desde su noción de performatividad del género y las disidencias radicales, articula que devenir mujer es siempre un fracaso. Es la mirada patriarcal que se apodera de la mujer y la convierte no sólo en objeto de su mirada, sino para su mirada. La mujer, como habitante de esta cultura patriarcal en tanto que significante para el otro masculino, vive aprisionada por un orden simbólico en el que el hombre puede dar rienda suelta a sus fantasías y obsesiones a través de órdenes lingüísticas que impone sobre la silenciosa imagen de la mujer, que permanece encadenada a su lugar como portadora de sentido, no como productora del mismo (Mulvey, 1975: 366). Lo sintetiza Kate Millett (1995), una de las teóricas del feminismo radical quien distingue entre las características biológicas y los modelos de comportamiento que se atribuyen a uno y otro sexo, y considera tales modelos como construcciones históricas que asumimos en el proceso de aprendizaje:

La continua vigilancia de que es objeto tiende a mantenerla en un estado de infantilismo que se manifiesta hasta en los casos privilegiados en que recibe una educación superior. La mujer se encuentra ante la continua obligación de basar tanto su equilibrio como sus progresos en la aprobación del varón, en cuyas manos está el poder. Puede hacerlo, bien respondiendo a las necesidades de éste, bien ofreciendo su sexualidad a cambio de protección y prestigio (Millett, 1995: 114).

6. Conclusiones

Los primeros años de la década de los 80 del siglo pasado marcan un cambio de época en lo que se refiere a géneros musicales y una renovación y modernización de la industria musical aparejada a nuevos medios de comunicación, nuevas ventanas de representación de identidades y reproducción de estereotipos femeninos. Se trata de un contexto de transformación donde las cuestiones de género siguen inmutables y, por su desconocimiento, adquiere significado estudiar y contribuir a su difusión.

Los estudios lingüísticos feministas surgidos desde el feminismo radical desde los años 70 a los 90 cuestionaban que todo conocimiento es construido desde una escala de valores determinada y desde una posición sociohistórica determinada en la que lo masculino representa la mirada única. En la producción semiótica del rock observamos como determinados marcos de referencia -representación iconográfica de su ideología- no están exentos de juicios de valor, reproduciendo alteridad. Esta percepción de la realidad de la prensa -desde la mirada masculina- segmenta a mujeres y hombres, reforzando estereotipos como el infantilismo y la objetificación que acaban conllevando mayor invisibilidad y la ocultación de sus aportaciones (Guerra, 2025b).

La crítica del rock de los años 1975-1985 constituía asimismo la voz del patriarcado evaluando la diferencia de ser mujer con estereotipos sexistas. La *agenda setting* de los *gatekeepers* de la prensa musical trasmite una visión androcéntrica del mundo donde el hombre es el referente, la medida social y política asumiendo sus experiencias como la norma, y las de las mujeres como una desviación de esta norma por una especificidad de su

sexo. “El cuerpo del delito” dedicado a Deborah Harry en la revista *Vibraciones*, es uno de los muchos ejemplos que ratifican que el cuerpo no es un medio pasivo. El acceso a la materialidad de los cuerpos lo posibilitan determinadas prácticas y discursos, así como la representación de normas -creadas socialmente- que se esperan de ese género.

Butler (2002, 1990) acuña el término género performativo para explicar que el sujeto reproduce el género de forma discursiva, y por tanto la performatividad no es un acto singular sino una producción ritualizada en coexistencia con unas normas de género que nos dicen como ser hombres y mujeres. Es imprescindible llevar a cabo investigaciones que visibilicen la marginalidad y exclusión que los *gatekeepers* (Hooper, 2019) han sometido a las artistas fomentando una barrera cultural a su participación. Son vitales nuevas conciencias libres de sesgo por parte de la prensa musical para garantizar una cobertura mediática equitativa y respetar su individualidad.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aruguete, N. (2017). Agenda setting y framing: Un debate teórico inconcluso. *Más Poder Local*, 30, 36-42. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5788523.pdf>
- Bengoechea, M. (2006). «Rompo tus miembros uno a uno» (Pablo Neruda): De la reificación a la destrucción en la iconografía literaria de la amada. *Cuadernos de Trabajo Social*, 19, 25-41. <https://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/view/CUTS0606110025A>
- Bengoechea, M. (2015). *Lengua y género*. Síntesis.
- Beauvoir, S. de. (2012). *El segundo sexo*. Random House Mondadori.
- Block, E. D. (2010). *Race & rock & roll: A visual analysis of Rolling Stone cover photography* [Honors thesis, Colby College]. Colby College Digital Commons. <https://digitalcommons.colby.edu/honorstheses/597/>
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan: Sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”*. Paidós.
- Byerly, C. M., & Ross, K. (2006). *Women and media: A critical introduction*. Blackwell Publishing.
- Cabruja, T., Íñiguez, L., & Vázquez, F. (2000). Cómo construimos el mundo: Relativismo, espacios de relación y narratividad. *Anàlisi*, 25, 61-94. <https://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/8630>
- Gallego, J. (2004). De las recomendaciones a los mecanismos: Roles de género y producción informativa. In P. Dosal (Ed.), *Medios de comunicación y género* (pp. 31-52). Diputación Foral de Bizkaia.
- Gallego, J. (2013). *De reinas a ciudadanas: Medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad?* Aresta Mujeres.

- Guerra, P. (2025a). Migrations, arts, and bodies: the Silhouette in multiple shadows of Rubiane Maia. *Frontiers in Sociology*, 10:1694064. doi: 10.3389/fsoc.2025.1694064 URL: <https://www.frontiersin.org/journals/sociology/articles/10.3389/fsoc.2025.1694064/>
- Guerra, P. (2025b). Artes feministas para alegrar becos tristes: gênero, DIY e outras cenas artísticas no sul global [Feminist art to brighten up sad alleys: gender, DIY, and other art scenes in the Global South]. *Estudos de Sociologia, Araraquara*, 30(2), 577-596.
- Hooper, E. (2019). The gatekeeper gap: Searching for solutions to the UK's ongoing gender imbalance in music creation. In S. Raine & C. Strong (Eds.), *Towards gender equality in the music industry: Education, practice and strategies for change* (pp. 131-146). Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781501345531.ch-010>
- Lagarde, M. (1996). La perspectiva de género. In M. L. Ríos (Ed.), *Género y feminismo: Desarrollo humano y democracia* (pp. 13-38). Horas y Horas.
- Ledo, M. (1998). *Documentalismo fotográfico: Éxodos e identidad*. Cátedra.
- Long, P. (2012). *The history of the NME: High times and low lives at the world's most famous music magazine*. Pavilion Books.
- McLeod, K. (2002). Between rock and a hard place: Gender and rock criticism. In S. Jones (Ed.), *Pop music and the press* (pp. 93-113). Temple University Press.
- Molina, S., & Porras, L. (2012). *Manual de género para periodistas: Recomendaciones básicas para el ejercicio del periodismo con enfoque de género*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. <https://www.undp.org/es/latin-america/publicaciones/manual-de-genero-para-periodistas-recomendaciones-basicas-para-el-ejercicio-del-periodismo-con-enfoque-de-genero>
- Mulvey, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, 16(3), 6-18.
- Millett, K. (1995). *Política sexual*. Cátedra.
- Muñiz, C. (2020). El framing como proyecto de investigación: Una revisión de los conceptos, ámbitos y métodos de estudio. *Profesional de la Información*, 29(6), e290623. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.23>
- O'Brien, L. (2012). *She bop: The definitive history of women in popular music*. Jawbone Press.
- Orozco, G. (1994). *Televisión y producción de significados (tres ensayos)* (2nd ed.). Universidad de Guadalajara.
- Quin, R. (1996). Enfoques sobre el estudio de los medios de comunicación: La enseñanza de los temas de representación de estereotipos. In R. Aparici (Ed.), *La revolución de los medios audiovisuales: Educación y nuevas tecnologías* (pp. 225-232). Ediciones de la Torre.
- Reddington, H. (2012). *The lost women of rock music: Female musicians of the punk era* (2nd ed.). Equinox Publishing.

Sádaba, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (framing) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 14(2), 143–175. <https://doi.org/10.15581/003.14.36373>

Verdú Delgado, A. D. (2018). El sufrimiento de la mujer objeto: Consecuencias de la cosificación sexual de las mujeres en los medios de comunicación. *Feminismo/s*, 31, 167–186. <https://doi.org/10.14198/fem.2018.31.08>

Angels Bronsoms.

É Doutora em Jornalismo e Ciências da Comunicação, possui um Mestrado em Género e Comunicação e um Mestrado em Fashion Retail and Luxury Management. Conta com mais de 30 anos de experiência profissional nos media. Os seus atuais interesses de investigação incluem a herstory das mulheres na música e a musicologia feminista. Email: angelsb@grn.es. ORCID: 0000-0002-8856-9618

Receção: 25-09-2024

Aprovação: 10-11-2025

Citação:

Bronsoms, A. (2025). “El cuerpo del delito”. Identidad y representación en la prensa musical. *Todas as Artes: Revista Luso-Brasileira de Artes e Cultura*, 8(3), pp.30-46 ISSN 2184-3805. DOI: <https://doi.org/10.21747/21843805/tav8n3nespa3>





