



Universitat Autònoma de Barcelona

**ADVERTIMENT.** L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

**ADVERTENCIA.** El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

**WARNING.** The access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.

Facultat de Ciències de la Comunicació  
UAB Barcelona

**Gender, rock music  
press & punk feminism:  
USA, UK, and Spain in the 80's**

**Género, prensa musical rock  
y feminismo punk: EEUU, UK y  
España en los 80's**

Presentada por:

**Angels Bronsoms**

Programa de doctorado: Comunicación Audiovisual y Publicidad,  
Universitat Autònoma de Barcelona

Dirigida por: Rosa Franquet,  
Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad

## ÍNDICE

Capítulo 1: Introducción .....	4
1.1. Personal interest and motivation for this research.....	5
1.2. Scope of the object of study .....	7
1.3. Justification .....	12
1.4. Objectives, hypotheses and research questions .....	14
1.5. Content .....	17
Capítulo 2: Marco teórico.....	20
2.1. Antecedentes. Representación de género en los medios. ....	21
2.2. Medios de comunicación y estereotipos .....	24
2.2.1. Música, género y representación. ....	26
2.2.2. Exclusión de género en la música. ....	30
2.2.3. Conceptos para referenciar la discriminación de género en la música .....	33
2.2.4. Identidad y estética punk.....	36
2.3. Antiautoritarismo y feminismo punk.....	41
2.3.1. Reivindicar el feminismo creativo punk.....	46
2.4. Particularidades de la industria musical y el encaje punk.....	50
2.4.1. El rol de las compañías independientes en la cristalización del punk .....	56
2.4.2. Gatekeepers de la industria y los medios de comunicación.....	62
2.4.3. Periodismo musical hecho por mujeres.....	66
2.5. Particularidades del contexto histórico de cada país en la década de los 70. ....	69
2.5.1. Estados Unidos.....	69
2.5.2. Reino Unido.....	73
2.5.3. España .....	77
2.5.4. Semejanzas y diferencias entre los tres países.....	85
Capítulo 3: Metodología .....	89
3.1. Referencias en el análisis de la representación de género .....	91
3.1.1. Referencias epistemológicas para el análisis del contenido de las publicaciones. ....	95

3.2. Muestra y ficha de análisis .....	99
3.3. Procedimiento en el análisis de contenidos e imágenes.....	108
3.3.1. Unidades de codificación de textos e imágenes.....	108
3.4. Especificidad del análisis de contenido .....	130
3.4.1. Clasificación de géneros periodísticos y categorías de análisis de textos .....	130
3.4.2. Clasificación de las imágenes.....	135
3.5. Análisis cualitativo: las entrevistas. Una antropología punk.....	144
<b>Capítulo 4: Resultados.....</b>	<b>147</b>
4.1. Personalidad de las revistas analizadas.....	148
4.1.1. Rolling Stone .....	148
4.1.1.1 Análisis de portadas y titulares de Rolling Stone.....	154
4.1.1.2 Exclusión y sesgo de género en textos e imágenes en Rolling Stone .....	170
4.1.2. New Musical Express.....	181
4.1.2.1 Análisis de portadas y titulares de NME.....	184
4.1.2.2 Exclusión y sesgo de género en textos e imágenes en New Musical Express.....	203
4.1.3. Vibraciones.....	214
4.1.3.1 Análisis de portadas y titulares de Vibraciones .....	219
4.1.3.2 Exclusión y sesgo de género en textos e imágenes en Vibraciones .....	237
4.2. Resultado del análisis de estereotipos en textos e imágenes de los géneros periodísticos con perspectiva de género. ....	249
4.2.1. Rolling Stone .....	249
4.2.2. NME.....	288
4.2.3. Vibraciones.....	314
4.3. Análisis comparativo de la presencia y protagonismo de las artistas.....	352
4.4. Análisis cualitativo de las entrevistas .....	369
4.4.1. Descripción de la muestra: mujeres del punk.....	373
4.4.2. Motivaciones vitales e ideológicas de identificación con el relato inclusivo del punk.....	377
4.4.3. Invisibilidad en los medios .....	381
4.4.4. Feminismo identitario .....	385
4.4.5. Construcción identitaria e imagen .....	388
4.4.6. Resiliencia ante los obstáculos.....	393
<b>Capítulo 5: Conclusiones .....</b>	<b>400</b>

5.1. New frontiers.....	409
Referencias bibliográficas.....	411
Anexo I: Tablas .....	426
Anexo II: Ilustraciones .....	429
Anexo III: Entrevista modelo. ....	434

## Capítulo 1: Introducción

## 1.1. Personal interest and motivation for this research

The genesis of this research work is inspired by the feminist punk protest movement and its struggle, with the aim of providing knowledge of the contributions of this struggle to contemporary culture. Thirty-five years ago, the gatekeepers of the musical media, and their discriminatory practices, turned my personal feeling of frustration into an opportunity for me to move to California, thus transmuting my life and my professional career. The activism resulting from the invisibility of women on stage and the lack of gender representation in all sectors of the music industry constitute the topics of academic research that currently concern me.

This catharsis was triggered in 2017 by a review of a concert given by the North American singer-songwriter and guitarist Chrissie Hynde, the founder of “The Pretenders”, one of the most outstanding women on the international rock scene with a career stretching from the 1980s to the present day. The signed press review from which we take the following extract appeared in the Spanish national daily *El País* on July 23rd, 2017.

A domineering artist swimming in her pool of security and self-assurance, she still boasts an imperishable voice and a presence that suggests she is in no mood for joking unless she says so. From time to time, with a youthful and careless gesture, she hoisted her jeans up at the back with both hands because the weight of her body mic tended to pull them down. It has become such a characteristic gesture that if she can ever dispense with a body mic, she will put lead in her pockets to make sure she doesn't forget to do it. She is a personality whose charisma is matched by her frankness. A whirlwind of such natural forthright self-confidence that at sixty-five years of age she never appears to overact in search of her lost youth (L. Hidalgo)<sup>1</sup>.

One day before, the same daily newspaper published a review of a concert given by the British singer and composer Brian Ferry, the leading member of Roxy Music, a band that enjoyed a popularity comparable with that of Chrissie Hynde in the 1980s and 90s.

---

<sup>1</sup> Hidalgo, L. (2017, July 23). Chrissie Hynde, Teethmarks of femininity. From *El País* 4/11/2019. [https://elpais.com/ccaa/2017/07/23/catalunya/1500809051\\_054571.html](https://elpais.com/ccaa/2017/07/23/catalunya/1500809051_054571.html)

Bryan Ferry in his role of dandy filled the stage, although he was surrounded by nine great musicians (remarkably similar to those in his previous appearance) who backed him to perfection, so much so that his voice slotted into the mechanism with the precision of a Swiss watch, and the whole effect reverberated in the ears of all present. Two magnificent black female vocalists backing his own voice disguised the passage of time, and it was his elegant stage presence and of course the irreproachable repertoire itself that ended up captivating the audience. (M. Jurado) <sup>2</sup>

The author of this review described Brian Ferry as a dandy, a flattering term that gave to his age an innate elegance that played in his favor: “black vocalists backing his own voice disguised the passage of time, and it was his elegant presence and of course the irreproachable repertoire itself that ended up captivating the audience”. Chrissie Hynde, on the other hand, despite being seven years younger than Ferry, is not referred to as being a subject but rather an object who “is still in search of her lost youth”.

Here we have two reviews, two perceptions, in which the gender bias in language is employed against a woman. In her, age is perceived as a blight, and her empowerment – domination, security, and self-confidence – qualities which in men would be perceived as positive, are immediately turned around and regarded by the reviewer as “a presence that suggests she’s in no mood for joking unless she says so”.

Language reveals the values of groups and institutions in our culture, where unfortunately women are in the minority in the musical media, and their voices remain devoid of discourse.

Overt or direct sexism is the type of usage which can be straightforwardly identified through the use of linguistic markers, or through the analysis of presupposition, which has historically been associated with the expression of discriminatory opinions about women, which signals to hearers that women are seen as an inferior group in relation to males. (Mills, 2008, p.11)

---

<sup>2</sup> Jurado, M. (2017, Julio 22). The ‘glamour’ of Bryan Ferry floods Peralada. From *El País* 4/11/2019.

[https://elpais.com/ccaa/2017/07/22/catalunya/1500715703\\_253083.html](https://elpais.com/ccaa/2017/07/22/catalunya/1500715703_253083.html)



## 1.2. Scope of the object of study

This research work is based on the hypothesis that the music press and its misogynous view of women in the patriarchal society has concealed the contributions made by female artists to rock music and, in particular, those involved in punk genre.

The period of study is confined to 1980, considered as the central period between the beginning and end of the punk subculture (1975-1985), and in accordance with historical and sociological criteria, two epicenters have been chosen: the USA and the United Kingdom. Likewise, the implantation of the phenomenon of punk music in Spain is also considered, a society just emerging from the Franco's regime, for the purpose of demonstrating that gender discrimination and sexism transcend both time and place.

Reddington (2012) points out that the very nature of the punk phenomenon is one of the causes of the controversy surrounding the lack of consensus about how and when it began. "I contend that punk, by its anarchic nature, existed in many forms long before and long after this; it existed and continues to exist as a self-definition by certain people regardless of location" (2012, p.1).

The importance that the specialized music press in its respective countries gives to the punk phenomenon depends, to a greater or lesser extent, on the ideology and the target readership in each medium of communication. The absence of women in such a discourse, whether in the form of images or written content, constitute structural barriers arising from the concealment of the contributions made by female punk rock artists and provide a valid example of their invisibility in the history of music.

The music industry and the media constitute the *gatekeepers* who are responsible for this discrimination. For the purpose of substantiating this hypothesis, we analyse three of the leading music magazines and recover the life-stories of five female punk musicians in the three different countries during this period of time in order to reveal how they turned their personal struggles into a political movement.

The latest report by the Global Media Monitoring Project (GMMP, 2015) on gender issues in the media worldwide<sup>3</sup> indicates that, despite constituting 50% of the total population of the planet, women are under-represented in coverage of the news. Women appear neither as experts, nor creators of opinion or figures of authority, but rather as “stars” or just ordinary people, thereby projecting a panorama of unequal power relations between men and women.

Within the theoretical framework, we investigate how the media impose certain ideological frames and exclusion by the way in which they ascribe interpretation and a leading role to news and information in the world of music. We also delve further into the feminist theory of justice, an ideological critique designed to combat violence against women by highlighting their predicament, with the aim of verifying their lack of representation and making inequality fully evident. Although completely objective knowledge, a scientific knowledge coming from no particular specific point, does not exist, all knowledge carries an individual signature that raises the question of the subject of the object.

Pérez Sedeño (2011) alludes to “situated knowledges”, a social practice that enables us to redefine objective knowledge and to conduct a radical, constructive analysis that is sensitive to the context, to cultural bias and to gender. This is the vision proposed by Haraway (1988): “How to see? Where to see from? What limits to vision? What to see for? Whom to see with? Who gets to have more than one point of view? Who gets blinded? Who wears blinders? Who interprets the visual field? What other sensory powers do we wish to cultivate besides vision?” (1988, p. 587).

Ethnomusicology, a discipline devoted to the study of music and anthropology, provides us with an approach to the intersections that characterize music and gender. Koskoff (2014) concedes that this field of study has changed greatly over the last forty years, but thanks to the appearance of cultural and women’s studies, or studies on colonialism, new reformulated discursive fields are beginning to emerge.

---

<sup>3</sup> The Global Media Monitoring Project is the most comprehensive study conducted on gender issues in the media worldwide that seeks to advance gender equality both in and through the media. It addresses the presence of women in relation to men, gender bias and the stereotypes inherent in the media. The study has been issued every five years since 1995, the fifth edition of which was undertaken in 2015 by hundreds of volunteers who monitored their respective media, covering radio, television and the press and producing more than 50,000 media registers belonging to 114 countries. <http://whomakesthenews.org/gmmp>

As a research technique, ethnography is useful for observing the cultural practices of young people such as punk. Bennet, Cieslik & Miles (2003) are of the opinion that researchers with a knowledge of the cultures of study and their scenes, may help to fill some gaps in these ethnographic narratives by applying their experience as guides to the types of subtexts that accompany them. In this regard, the talks given on this subject are revealing and provide an ethnographic approach to this subculture.

It is necessary to determine the vacuum that exists in the representations of feminine cultural in the 1970s, a period in which women were excluded from anthropological studies due to the predomination of the masculine perspective. Koskoff (2014) suggests that the point of departure that placed the validity of the patriarchy and its oppression in doubt is in fact the Women's Liberation Movement (WLM).

The Women's Liberation Movement (WLM) that arose in the United States in the late 1960s and extended to 1980 brought about a change in mindset and questioned the standards of beauty, which led to discussions not only about women's bodies but also about class, race, ethnicity, and religion.

The legacy of 20th century feminist pioneers is structured around the different waves of feminism. The first of these originated in the critical thought of feminism in the Enlightenment (1789-1795) and the Declaration of the Rights of Women and the Female Citizen promulgated by the French activist Olympe de Gouges. It was later followed by the suffragette movement (1848) and the milestone set by the proclamation of rights by the Seneca Falls (New York, USA) generation. In this convention of women's rights, the authors drew up the founding text of feminism as a social movement in the form of the "Declaration of Sentiments", which stated that men and women were created equal and were endowed with the same inalienable rights.

The struggle continued with the celebration of special landmarks, such as the inauguration in Boston (USA) in 1873 of the first university that women were able to attend, the establishment of women's right to vote in New Zealand in 1893, or the award of the Nobel Prize for Physics to the scientist Marie Curie in 1903.

Women's suffrage was finally adopted after World War II with the Universal Declaration of Human Rights in 1948, and with the resurgence of feminist theories in the second wave that started to appear.

Barrancos (2018) states that during this second wave “debiologization” of sexual difference and the politicization of sex-gender identification took root. The French philosopher, activist and theoretician Simone de Beauvoir published her book “The Second Sex” in which she argued that gender is not biological but rather a construction: “One is not born a woman, but rather becomes one”. Equally ground-breaking was the contribution made by Betty Friedan in 1963 in her book “The Feminine Mystique”. Both of these feminist theories were pitched against the precepts that dictated what a woman should be by rejecting the over-sexualization of their bodies and reclaiming their sexual desires as well as denouncing the violence of the patriarchal system. It was in the third wave of contemporary feminism when discussions broke out that shook the concept of gender: “It was in the late 1970s and early 1980s when the discourses challenging feminism itself for its heterosexist and gendered conventions became widespread” (2018, p.17).

Koskoff (2014) believes that it is now, during this third wave, that the differences between women and men are being closely examined and celebrated. The need of a paradigm shift for women, and the search for their own identity and a new sexuality, were upheld as an ideal for bringing about changes in the relations between gender and power and have proved to be a feature common to all the countries studied in this research.

Women’s studies in academia have opened up access to stories and narratives that were previously isolated and buried because they were not regarded as authentic. As current examples associated with the field of this study, we may mention those addressed in a project by the researcher Tanya Pearson entitled “Women of Rock Oral History Project” (Smith College, Northampton, Massachusetts), a magnificent audio-visual work-in-progress that highlights the context from which women rock musicians were excluded.

Equally innovative are contributions from the genre of musical theatre such as opera, providing a future horizon consisting of better practices and including real-world issues such immigration and the LGBTQ collective. In this regard, we may mention the recent study on female orchestra conductors in the USA (2018) by the musicologist and expert on gender culture in contemporary classical music, Kristi Brown-Montesano (Colburn Conservatory of Music, Los Angeles), who concluded that of the 7% of professional women involved in opera, only 4% hold leadership positions. A further remarkable role model for activism and modernization is the prestigious Berklee School of Music (Boston), where “blind” auditions are held in order to ensure that candidates are chosen on equal terms. Other programs specializing in science and gender (University of Southern California, USC) investigate subjects such as the effect that music has on the brain and music used as a weapon of war or torture.

Draganova (2018) contributes to the discussion on women excluded from music with an essay about the conservation of musical memory, objecting to the fact that it has been held in custody according to a gender perspective, and goes on to provide as an example the retrospective exhibition “Punk 1976-78” held at the British Library (UK) in 2016 to celebrate its 40<sup>th</sup> anniversary, and how the curator omitted the contributions made by women artists. The British singer, writer and composer Viv Albertine protested against this omission and the changes to the exhibition as a result of her protest gave rise to a discussion about the role of women in the history of punk, among whom were the members of her own band, The Slits, and others such as those belonging to X-Ray Spex and Siouxsie & the Banshees.

The different ethnographic sources consulted over the three years of this research work, and the journalist baggage associated with the field of study, have been vital for recovering the singularity of the histories of the female artists, journalists, photographers, and academics involved, as well as their relation to gender discrimination in the music industry.

### 1.3. Justification

The aim of this research work is to furnish evidence that the specialized music press have exercised the role of gatekeepers in repressing the visibility of the legacy of female rock musicians by means of transmitting discriminatory stereotypes.

The exceptional nature of the punk scene, largely ignored by both the media and the industry because of its alternative nature, provided an inclusive ethos founded on the self-managing DIY economy and the uninhibited expression of creativity and personality. “Inject new sounds and lyrical content into popular music; to explore new ways of expressing emotions both light and, given punk’s negative impulse, dark” (Worley, 2017, p. 7).

The doctrine of punk was as activist in nature as that of feminism, anticipating a future in which sexual roles and racial concepts would be shattered.

Anything worked so long as it had the right attitude of negation -powered by the nasty, jaw-clenching, amphetamine rush of cheap powdered sulfate. But the general plan was to shock for the shock’s sake, deliberately mismatching articles of clothing across gender and history with a vicious sense of irony, so that it all became a blur out of time and out of place, an apocalyptic present contrived from a speeding, schizoid jumble of the past. (Bromberg, 1989, p. 100-101)

The dissident discourse of this generation is linked to protests and demands that affect the power relation between the sexes (Kate Millet) as well as the political solidarity of women in their fight against sexism and their attempt to overturn the patriarchy (bell hooks). This “rebellious spirit of cultural upheaval and attitude give rise to an esthetic of provocation influenced by the fashion of European youth, especially in Britain, and by the development of cultural industries in North America” (Gómez Alonso, 2017, p. 69).

As a musical style, punk provided a freedom of esthetic expression on the margins of the industry and challenged the virtuosity and elitism of progressive rock, thus leading to a reinvention of popular music.

Punk overthrew that idea of rock giants in limousines. It took a long time before the dinosaurs weren’t regarded as dinosaurs anymore but were regarded as the guardians of Rock Greatness. So, for a good decade rock wasn’t cool. It was anathema. There was a collective sense that rock had become a tired cliché and that it was important to identify anything that wasn’t about power chords and leather trousers and heroin. (Long, 2012, p. 165)

The approach to the theoretical underpinning of the research is based on gender studies and the valuable, wide-ranging contributions from the musicology and sociology of youth culture, as well as the phenomenology involved in the construction of the careers of artists of either gender.

The methodology that enables us to categorize the presence and/or absence of discrimination in the treatment of women in rock music is the quantitative content analysis from a gender perspective of three music magazines that are representative of the 1980. “Rolling Stone” (USA) and the “New Musical Express” (UK), published in the two countries where the phenomenon first emerged, have been chosen as references, as well as the Spanish magazine “Vibraciones”.

With the aim of arriving at an in-depth understanding of punk reality, we conducted five interviews focusing on the life-stories of five women representatives of the punk scene in the three countries mentioned above and during the same period of time. Two of them are North American artists from Los Angeles: Exene Cervenka, singer, poet, composer, guitarist and co-founder of the group **X** (1977), and Alice Bag, feminist singer, composer and co-founder of **Bags** (1977). We have likewise obtained testimonies from Gina Birch, bass guitarist, filmmaker and co-founder of **The Raincoats** (1977), and Gaye Black, bass guitarist and co-founder of **The Adverts** (1976), both from the United Kingdom. Last but not least, in Spain we interviewed Loles Vázquez, guitarist and co-founder of the group **Vulpes** (1982).

## 1.4. Objectives, hypotheses and research questions

Research is the attempt to discover something that is endless because every project poses new questions (Wimmer&Dominick, 2006). Scientific research into the media is systematic and objective. It includes the quantitative and qualitative empirical analysis of one or more variables and begins with a proposition concerning a phenomenon involving the observation of people, whether it be by asking questions or examining behavior. It is essential that during this process all the rights of the subjects interviewed are guaranteed.

The object of this present research is to demonstrate the invisibility of the contributions made by women to the music press, and also to understand what mechanisms are involved in this practice. The choice of the appropriate methodology takes into account methods both quantitative and qualitative. In the case of the quantitative method, it was necessary to analyze the content of three music magazines throughout 1980 in the following three countries: the United States, the United Kingdom and Spain, with the aim of understanding the scope and practices of gender discrimination in the music press. Triangulation, which refers to the use of both methodologies, is useful for responding to the research questions on a set of variables governed by the perspective of gender (Wimmer&Dominick, 2006).

With regard to the qualitative method, ethnographic observation<sup>4</sup> has been chosen as well as interviews with the five most representative female artists of the punk genre in each of the three countries studied. A spectrum of methodologies that guide the way to cultural reconstruction are also used. Analysis of the interviews conducted is based on permanent archives (Atkison& Hammersley, 1994) in audio format, and field diaries, in order to understand the biographical details or the personalities of the sample that is the object of the study, thereby enabling us to build up life-stories.

Punk, understood as a youth music movement, emerged in the United States between 1974-1976 in the context of a socio-economic crisis and during the final stages of the hippie movement. The phenomenon appeared almost in parallel in the United Kingdom, and later on in Spain, where it began to take root in 1980.

As a musical genre, punk despised the florid brilliant style of progressive rock, opting instead for a highly basic instrumentation regarded as stemming from garage rock, which emerged in the United States in the late 1960s. Long (2012) maintains that in 1970: "Rock was controlled by a small group of multi-nationals with non-music interests: EMI, CBS, Warner Communications, RCA, Phillips-Siemens" (2012, p.161).

---

<sup>4</sup> The direct study of people or groups over a certain period of time using participant observation or interviews in order to understand social behaviour, recording a realistic and faithful image of the group under study, field work being an indispensable tool in the process. (Giddens, 2007, p.27)



The impetus of punk galvanized the mainstream of the music industry and led to the emergence of a new recording infrastructure on the margins of the conventional channels much vaunted by the music press, as in the case of the New Musical Express in the United Kingdom. The new economy spurred competition in record sales and music charts that led to an explosion of small, independent record labels distributed internationally, and contributed to the democratization of recording opportunities for the newly emerging bands, among which were punk rock groups composed of women musicians.

Esthetically speaking, punk encouraged inclusive feminine and even androgynous representations that departed from the predominant sex-gender stereotypes and led to new anti-fashion styles. This current research is founded on the hypothesis that the punk movement provided a breeding ground for a particular type of feminism that empowered women to create their own bands. However, in spite of this favorable context that broke with the old gender stereotypes, women punk musicians failed to receive either the equal treatment or attention from the music magazines of that period. This biased attitude of the mainstream music press contributed to the denigration and refusal to accept the existence of these bands and their accomplishments, a circumstance that was the antithesis of underground publications, and above all the fanzines whose specialization enabled them to address the phenomenon of punk in-depth.

The following hypotheses and the respective research questions form the kernel of this present study:

**1- HYPOTHESIS: The lack of gender representation in the music press.**

Questions:

- ✓ To what extent is the lack of gender representation reflected in the music press?
- ✓ Did the mainstream music press act as a gatekeeper by discriminating against women?

In order to verify this hypothesis, we have conducted a quantitative content analysis of the magazines with the aim of determining the extent of gender discrimination, which shows that it has been an effective instrument for demonstrating the exclusion of women from the music press during the time covered by this study.

**2- HYPOTHESIS: The discriminatory treatment suffered by women in the music press resides in the management of sexist stereotypes by word and image.**

Questions:

- ✓ Did the music press adopt a biased gender stance towards the creativity of women?
- ✓ With what specific tools were stereotypes and exclusion established?

To justify this hypothesis, we have conducted a qualitative content analysis, a technique that has enabled us to perform an in-depth review of a sample of news items and to verify the lack of sensibility as well as a stereotyped representation of gender by means of expressions that sexualize and objectify women, in the form of words, images and front pages of each magazine.

**3- HYPOTHESIS: Despite discrimination, the women artists devoted to punk music showed an enormous resilience.**

Questions:

- ✓ How did these women perceive their exclusion from the media and the specialized music press?
- ✓ What obstacles did they encounter during their careers?
- ✓ What survival mechanisms did they adopt in order to survive: empowerment, sisterhood, masculine attitude (physical and/or emotional)?

In order to justify the hypothesis on discrimination and resilience, we have performed a content analysis with an exhaustive review of the magazines belonging to the selected sample, choosing as a qualitative method interviews with 5 women representatives of punk in the three countries under study, thus demonstrating that these artists perceived exclusion. Intersectional identities without any bias have been taken into account for the selection of participants.

## 1.5. Content

The present research is structured on the basis of gender perspective and explores the role of the media and its responsibility for the treatment of women in the sphere of popular music. These media, with the complicity of journalists and corporations, act as channels and social mediators of discourses that through their opinions shape the population by propagating biased representations of gender that sustain inequality between men and women.

News constitutes a system of power that forms and frames the fabric of our life and times. "The study of news should ultimately be enfolded within a more ample study of all the forms of cultural production and their ideology" (Gitlin, 2003, p.18).

Gallagher (2001), a female researcher into gender and journalism in industrialized nations, believes that the prejudices and attitudes defined by men in journalistic culture act as an incentive for women to overcome obstacles and rise to positions of prominence. Byerly (1999) identified the misogynous paradigm of the media: "...persistent problems of omission, stereotyping, and trivialization of women's lives in media content" (1999, p. 99). It is precisely in the sphere of music and performance in which women are assigned the category of an object of possession, where the representation of those socially created norms is demanded of their gender, and where such norms are finally assimilated by the audience (Lieb, 2013).

In much the same way, Davies (2001) affirms that it is hardly surprising that the music press ignores or treats women in a sexist manner, which she ascribes to the aura of credibility and authenticity the press has created in order to marginalize the contributions of female performers, especially if they are feminists. "Perhaps the most common way in which journalists treat female performers is to ignore them completely" (2001, p. 302).

Within the theoretical framework, and for the purpose of basing our analysis on how this exclusion has been carried out, we will treat the foremost concepts of gender discrimination as androcentrism, a practice that accepts the experience of men as the norm and that of women as a deviation from this norm due to the specificity of their sex.

We introduce the concepts of identity and dress associated with our representation of gender. Butler (1990) explains how this construction infers gender performativity, a gender that is produced discursively and which is learned and normalized by repetition. If gender is a construct, a constructed body will be more intelligible the closer it approximates to the norm, and a body that assumes transgression will pay the price of social rejection, discrimination and stigma: “Marilyn Monroe was the woman playing a man’s idea of a woman” (Harry, 2019). The theories of Butler (2002) and LaRetis (1989) on the body and sexuality, are valid when it comes to accepting the normalization of peripheral sexualities based on the resistance to traditional values.

In order to estimate the importance of the punk rock phenomenon, we first examine the behavior of the music industry in association with the media, and the actions of these gatekeepers that enable them to assume the power of authority to decide which messages are worthy of their approval and which are to be excluded, thereby legitimizing and contributing to discrimination against women. Secondly, we develop a more comprehensive description of the historical and social contexts of the three countries under study: the United States, the United Kingdom and Spain, together with the similarities and differences regarding the implantation of the punk subculture phenomenon.

In the methodology section that follows, we deal with the tools useful in the quantitative content analysis from a gender perspective, taking into account the research questions and describing the variables employed in the estimation of content and images appearing in the sample of magazines. This content analysis is complemented by a qualitative approach based on the categorization of 63 examples of image and text that enable us to conduct a more in-depth interpretation.

In turn, as mentioned above, we carry out a qualitative analysis of the oral testimonies from five women in order to interpret and explain how they were provided with or denied visibility in their profession. The suitability of the profiles was decided on the basis of 4 criteria:

- ✓ Gender
- ✓ Musical activity undertaken during the phase of the punk movement (1975-1985)
- ✓ Location or geography
- ✓ Intersectionality

Many contacts were maintained with pertinent artists at a national and international level, prior to narrowing the final sample down to five artists representative of the punk movement:

- Exene Cervenka (X) and Alice Bag (The Bags) in the USA
- Gina Birch (The Raincoats) and Gaye Black (The Adverts) in the UK
- Loles Vázquez (Las Vulpes) in Spain.

The content of the interviews enabled us to draw conclusions about how the empowerment and sisterhood exercised by these women in the punk subculture constituted the weapons of resistance they used to overcome the obstacles imposed on them by the patriarchy, among which was the invisibility of their work and careers. Their perseverance in tackling gender discrimination in pursuit of their objectives initiated the construction of a feminist punk identity.

Gallagher (1995) states that even though the progress made by their achievements may receive some recognition, we inevitably discover all that still remains to be done in order to complete their “unfinished story” and listen to what they have to say. Goldman (2019) criticizes the absence of a “herstory”<sup>5</sup>, explaining that the restrictions these artists underwent were not only due to the “cock-rock contingent”, but also to those of conciliation (2019, p. 9).

Drawing attention to the lack of female music pundits, O’Brien<sup>6</sup> employs the term “untold stories” when referring to these women who aspire to be included in the narrative of history, because they feel both authorized and confident about voicing their points of view. While today there are more women journalists, they are still denied credibility when expressing their opinion of music made by men.

The demand is that the media be committed to providing information and inclusive content as well as recovering testimonies from primary sources in which the new generations are reflected.

---

<sup>5</sup> Herstory is history written from a feminist perspective, stressing the role played by women and their points of view. The term was coined by the feminist movement in 1970. The word “Herstory” is a neologism that plays with the word “history” in order to criticize the traditional historiography made by men in which it is they who are at the center of the narrative. “His story” is not etymologically related, but this marvellous play on words changes the masculine possessive adjective “his” for the feminine possessive adjective “her”, thus changing it into Herstory. The same reasoning is used in the word “wimmin” in place of “women” (Mills, 1989).

<sup>6</sup> Lucy O’Brien. As part of the “4th international conference on underground music scenes and DIY culture, ‘Keep It Simple, Make It Fast’ (KISMIF). University of Porto, Portugal, 11-14th July 2018. Title of her talk: “ *Holding ground: redefining 70’s feminist punk* ”.

## Capítulo 2: Marco teórico

## 2.1. Antecedentes. Representación de género en los medios.

The mass media's role is primarily to reinforce definitions and identities set in a framework constructed for and by men. When that framework expands to admit women, the media can be seen to reflect this expansion. This interrelationship between mass media and politico-economic systems highlights the very limited sense in which the media can be described, much less used, as independent change agent. (Gallagher, 1981, p.29)

En un mundo donde el acceso de las mujeres al poder político y económico -en la mayoría de los casos- está severamente limitado, su estatus y roles se definen dentro de los sistemas políticos, económicos y culturales que tienden a excluirlas de la participación. La obtención de una imagen concisa y precisa de cómo los medios retratan a las mujeres en todo el mundo plantea enormes problemas de comprensión y síntesis (Gallagher, 1981).

Estudiar en qué medida el lenguaje que utilizamos es específico de género ha sido durante mucho tiempo un área de interés en sociolingüística. El departamento de Ciencia computacional de la Universidad de Copenhague<sup>7</sup> llevó a cabo en 2019 una investigación con la intención de cuantificar en qué grado el lenguaje literario para describir a hombres y mujeres es diferente, de manera positiva o negativa, y para ello analizó 11 mil millones de palabras de más de 3'5 millones de libros informatizados -publicados en inglés- entre 1900 y 2008.

El método aplicado, consistió en un preprocesamiento gramatical del conjunto de datos, el llamado análisis sintáctico, y a partir de un modelo especialmente diseñado, extrajeron los adjetivos y los verbos que se unen a los sustantivos específicos de género. Los adjetivos y los verbos fueron analizados mediante otro componente para observar si eran positivos, negativos o neutros. Los resultados obtenidos eran divididos en categorías semánticas como "comportamiento", "cuerpo", "sentimiento" y "mente".

---

<sup>7</sup> University of Copenhagen (27 August 2019). "Women are beautiful, men rational". Isabelle Augenstein (Assistant Professor)

Machine Learning, Department of Computer Science: [https://news.ku.dk/all\\_news/2019/08/women-are-beautiful-men-rational/](https://news.ku.dk/all_news/2019/08/women-are-beautiful-men-rational/)

En los hallazgos encontraron diferencias significativas en la forma en que se describen los sustantivos masculinos y femeninos, que están en línea con los estereotipos de género comunes: los adjetivos atribuidos a las mujeres tienden a describir la apariencia física, mientras que las palabras que se refieren al comportamiento designan a los hombres. "Hermosa" y "sexy" son dos de los adjetivos más utilizados para describir a las mujeres. Los de uso común para los hombres incluyen los términos "justos", "racionales" y "valientes".

Neuendorf (2002), define el análisis de contenido en los estudios de medios de comunicación como un método de investigación cuantitativo que nos permite obtener resultados e identificar variables. Arguye que los estudios elaborados desde una perspectiva de los roles de género no se han centrado en los comportamientos entre gente real sino en contenidos como la televisión, el cine, noticias, revistas, tertulias, libros infantiles, comics, video juegos, software, rock and roll, videos musicales, sellos de correos, películas de terror, postales. El resultado de dichas investigaciones confirma el tono androcéntrico y estereotípico con una sobrerrepresentación de roles masculinos.

Neuendorf (2002) hace referencia a materiales de investigación de estudios de análisis de contenido de imágenes de minorías raciales o étnicas en los medios, y aporta el caso de estudio de una minoría de mujeres asiático-americanas que trabajan como modelos. La autora sostiene que, aunque incluso cuando los retratos son positivos, y a pesar de que en los últimos años existe un auge en estudios que valoran variables formales y que ahondan en otros contenidos latentes, en todos los casos, la subrepresentación y los estereotipos son la norma.

Franquet, Luzón & Ramajo (2007), en su investigación sobre la representación de género en la producción informativa de los servicios online de los principales medios de comunicación españoles hacen referencia a numerosos estudios "que ponen de manifiesto la escasa incidencia que el género femenino tiene en cuanto a la producción de contenidos o el diseño, desarrollo y producción del programario y maquinaria" (Franquet, Luzón & Ramajo, 2007, p. 272).

Su metodología de investigación planteó la creación de un patrón con unos parámetros y varias categorías de análisis que permitieron codificar datos para luego determinar las características de la praxis informativa y su efecto en los contenidos informativos. En los resultados de dicha investigación aluden a la necesidad de sumar un análisis de contenido de las fotografías como elemento clave para una mejor decodificación informativa.

En la presente investigación, -que encuadra su análisis de contenido de medios con perspectiva de género en el año de 1980-, busca poner en relieve precisamente el indicador del contenido de la imagen que cataloga a la mujer en estereotipos femeninos.



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 basada en la desigualdad, la injusticia y la jerarquización política de las personas basada en el género. (Lagarde, 1996, p.3)

Franquet (1989), en sus trabajos pioneros sobre la perspectiva de género en la información radiotelevisiva española, afirma que en 1989 existe un incremento de la presencia de mujeres en las noticias y lo atribuye al reconocimiento del rol social del sexo femenino reflejo de la evolución de la mujer en su presencia en los sectores de la actividad pública en la sociedad española.

En el análisis de contenidos de las revistas musicales seleccionadas se ha llevado a cabo un cómputo de palabras y fotografías protagonizadas por mujeres que nos permiten considerar qué factores incurren en su representación en los medios y con qué narrativas e imágenes están asociadas.

En el apartado metodológico ofrecemos en detalle el protocolo de medición de los indicadores referenciales que constituyen la base de datos de la investigación. En la categorización de los estereotipos y su posterior interpretación han sido de gran utilidad los estudios realizados por Gallego (2013) que evidencian como los medios de comunicación han sido una rémora para la igualdad, así como las investigaciones de Bengoechea (2015) situando en el punto de mira el discurso de recreación de la ideología de género desde la sociolingüística.

## 2.2. Medios de comunicación y estereotipos

Los medios de comunicación de masas son organizaciones y un conjunto de actividades mediáticas con normas formales e informales de funcionamiento, y ocasionalmente, requisitos legales y éticos establecidos por la sociedad (McQuail, 1995). Los medios de comunicación ejercen de espejo, ventana y construcción de la realidad pero también median, 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).

Charles Creel & Orozco (1996) cuestionan los guiones mentales y hábitos sobre cómo prestamos atención a estos mensajes mediados y cómo los medios nos interpelan para mantener nuestra atención, y qué estructuras mentales y semióticas hay detrás de los mensajes y de los receptores que interactúan con ellos. “Los medios se ocupan de representaciones y no de realidades, de forma que los significados de los medios no pueden separarse de la forma en que éstos se expresan” (Pablos & Ballesta, 2018, p. 120).

Estos términos introductorios sirven para enfatizar el poder de los medios, y su cometido en la circulación de mensajes, aparentemente naturales, pero que son codificados y elaborados. Si a esta ecuación le sumamos el papel de la publicidad y las técnicas de marketing <sup>8</sup> confirmaremos que los documentos audiovisuales son comunicación mediada, construcciones cuidadosamente elaboradas, sin dejar nada al azar. En definitiva, los medios, por definición, no son reales, aunque intentan imitar la realidad (Tyner, 1997).

¿Con qué mecanismos y estrategias de legitimación de los mensajes se recibe esta mediación? Los medios, como agentes socializadores-constructores-reproductores de significados, discursos y estereotipos, jerarquizan y seleccionan contenidos. Para referenciar esta afirmación y ofrecer una explicación sobre la relación de medios, público y cultura política de una sociedad, nos amparamos en los términos *agenda setting* y *framing*. “Dos perspectivas que comparten el objetivo de indagar en el tratamiento de los temas de interés público en los hacedores de políticas, las noticias y el público” (Aruguete, 2017, p.36).

---

<sup>8</sup> Técnicas de marketing: colocación de productos, relaciones públicas, patrocinio, publicidad de discos y películas, anuncios. La función primaria de los medios comerciales es segmentar la audiencia para vender sus productos a la audiencia. (Masterman, 1994, p.37)

Mientras la *agenda setting* pone el foco en la selección de la información y sus efectos, el *framing* es una teoría integral que estudia la importancia de los atributos. Esta teoría es aplicable a la prensa musical que transfiere a sus audiencias, no ya sus temas de interés, sino que los cualifica de manera específica, y los interpreta mediante unos atributos o encuadres que interactúan con factores psicológicos del periodista y su audiencia. “La cultura política de una comunidad es fundamental para que un encuadre pugne con otros y busque instalarse” (Aruguete, 2017, p. 41).

Los marcos donde se inscriben los mensajes no están libres de juicios de valor, sino que presentan formas ritualizadas de ver el mundo y muestran realidades inclusivas y exclusivas que enfatizan o desmienten ciertos hechos. Algunos de estos marcos son formas muy bien orquestadas para entender las relaciones sociales que comparten visiones parciales de ver la realidad y preservan el statu-quo masculino (Byerly&Ross, 2006).

La prensa musical ha establecido ciertos marcos de referencia y maneras de orientar nuestras percepciones escogidas de entre una enorme lista de posibilidades. La selección de temas a presentar no se hace libre de prejuicios, sino que responde a unos criterios: “Cuando una serie de símbolos se representan repetidamente como algo típico de un grupo pasamos a la creación de estereotipos” (Quin, 1996, p.226).

El estereotipo es una manera de categorizar y describir a un grupo, por tanto, cualquier estereotipo es predominantemente evaluativo. Dando como válido este concepto, podemos afirmar que cuando examinamos categorías sociales como la mujer en el rock, la categorización y generalización a menudo se distorsionan porque depende de su selección que veamos unos atributos en detrimento de otros. Esto explica la “naturalidad” de los estereotipos; parecen naturales y obvios porque casi todo el mundo comparte el conocimiento de su existencia. Pero la selección se basa en una serie de prejuicios sobre el grupo. “La veracidad del estereotipo yace en la selección de las características” (Quin, 1996, p.227-228).

Quin (1996) describe los factores que convergen en la creación de un estereotipo en los medios:

1. La identificación de una condición social (Ejemplo: las mujeres del rock tocan peor que los hombres).
2. La evaluación negativa de tal condición social (Ejemplo: no ha habido casos de mujeres *rockeras* buenas).
3. La formulación de esta evaluación como característica innata del grupo (Ejemplo: ser mujer rockera excluye la posibilidad de tocar como un hombre).
4. La presentación de esta evaluación negativa como la *causa* de la condición social en vez de *efecto* de esta (Ejemplo: no sabe tocar porque es mujer, menos influencia por ser mujer).

La televisión también construye socialmente una realidad para dar una imagen coherente de lo que existe, de lo que es importante. Gerbner & Gross (1973), aportan la teoría del cultivo y plantean que una exposición prolongada a la televisión acaba por distorsionar nuestra percepción de la realidad. La televisión, como cualquier mundo mítico, presenta un sistema de mensajes selectivo y funcional. La representación en el mundo ficticio significa existencia social; ausencia significa aniquilación simbólica.

La representación de hombres y mujeres en los medios es asimétrica, y el periodismo, que constantemente busca la acción, actúa con una sanción de género utilizando titulares metafóricos como no poner nombre a las protagonistas, ocultado su acción individual, no hacen historia. (Gallego, 2013, p.208).

Podemos afirmar que los estereotipos nacen como respuesta a una amenaza contra el grupo social dominante y su función es la de justificar la conducta del grupo que cree en él, en relación con el grupo que se valora. Se trata de un poderoso instrumento de información que permite categorizar el mundo real desde lo subjetivo, y sirve para proteger los intereses del grupo dominante, en el caso de la investigación que nos ocupa, el llamado patriarcado del rock.

### 2.2.1. Música, género y representación.

En las últimas décadas del siglo XX ha habido un interés por estudiar la música popular y desarrollar marcos teóricos desde los estudios culturales, la historia, filosofía y los estudios de género. Esta predisposición reside en la idea de que la música construye nuestro sentido de identidad a través de las experiencias que ofrece del cuerpo, el tiempo, la sociabilidad, experiencias que nos permiten ubicarnos en narrativas culturales imaginativas y participadas de la estética y la ética (Frith, 1996).

La idea de la música se ha tratado con diferentes perspectivas como construcción cultural y producto del comportamiento humano, como espacio para manifestación de relaciones de género y de cuestionamiento del statu-quo. Uno de los conceptos que referenciamos es de Frith (1996), quién insinúa que en la escucha de una voz podemos codificar sexo, edad, etnia o incluso clase. Pero ¿por qué queremos adjudicarle un género, si es incorpórea y por tanto carece de individualidad?: “And this leads to the question of vocal identity, to the voice as a person. How does a voice signify a person? What is the relationship of someone's vocal sound and their being?” (1996, p.196-97).

Cusick (1994) propone que leamos el cuerpo como una metáfora del sistema de relaciones de poder entre cuerpos. Cada individuo es diferente, y cada persona tiene y vive una experiencia diferente a la de otra. Por tanto, cada persona utilizará metáforas distintas para expresar su visión del mundo y construir su pensamiento. Si las actuaciones musicales se pueden describir como representaciones de poder individuales y sociales, podríamos descubrir el género implícito y explícito asociado a ciertos actos musicalmente interpretativos, y aprender sobre cómo la música enseña o -posiblemente lo más importante- enseña el género.

En la escucha de una música nos transportamos a unas narrativas culturales concretas. McClary (1994), trata la música como un medio que participa en la formación social al influir en las formas en que percibimos nuestros sentimientos, nuestros cuerpos, nuestros deseos, nuestras propias subjetividades. Propone que la música es la más importante entre las tecnologías culturales del cuerpo (Lauretis, 1989): “I want to propose that music is foremost among cultural “technologies of the body”, that is the site where we learn how to experience socially mediated patterns of kinetic energy, being in time, emotions, desire, pleasure, and much more” (McClary, 1994, p. 445).

Desde el ámbito de la sociología del rock, aportamos conceptos relacionados con la economía, la estrella, el sonido y escena. Willis (1968), sugiere que un producto para ser competitivo necesita de un “embalaje atractivo” hecho a base de buen sonido y carisma. Este marco sugiere que una artista deberá adherirse a unos patrones predecibles de apariencia (Lieb, 2013). En el caso de la mujer, además, debe tener la capacidad de mantener una longeva carrera sustentada con una narrativa personal muy potente, y que sus activos principales (cuerpos y ser percibidas con disponibilidad sexual) sean versátiles y puedan ser adaptados a la televisión, el cine, la moda y la publicidad.

Las celebridades, como objetos culturales que atraen audiencias, son inversiones manufacturadas artificialmente, y a pesar de lo íntima que pueda parecer su relación con la audiencia y su poder en conformar identidades, deseos y sueños, se construyen para representar a mujeres y hombres con las que las audiencias puedan aspirar a imitar desde comportamientos a indumentaria (Lieb, 2013).

In this capacity, female pop stars “do gender”, or “perform gender norms”, mainly for the “male gaze”, in the “gendered spaces” of the music industry. The resulting product often constitutes “everyday pornography”, which is consumed and internalized to different extent by men, women, boys and girls”. (2013, p. 139)

En la industria de la música, ser artista significa ejercer una representación de normas creadas socialmente que se esperan de su género y son asimiladas por la audiencia. Se infiere aquí el género performativo (Butler, 1990), un género que se produce de forma discursiva, que se aprende y normaliza por repetición. En la teoría de la materialidad de los cuerpos, Butler (2002) se interroga sobre su representación y subraya que el cuerpo no es un medio pasivo y que no podemos acceder a la materia del cuerpo sino a través de los discursos, prácticas y las normas. Es desde la corporalidad que podemos categorizar que la materialización del sexo es una construcción social, histórica y cultural.

El cine, como medio de masas capaz de influir en la construcción de las identidades individuales y en la transmisión de diversos arquetipos, nos proporciona asimismo referentes alternativos en la representación de género y nos aporta elementos reflexivos acerca de la corporalidad de la mujer.

Teresa de Lauretis (1989), propone que la imagen filmica participa en la construcción de lo que significa ser hombre o mujer. El término acuñado por la teórica feminista italiana es “tecnologías del género” que sirve para expresar que más allá de que el género sea configurado por la naturaleza o la biología, está producido y moldeado con prácticas sociales discursivas. Con su argumento “género es representación y la representación del género es su construcción” (1989, p.9), infiere que el género es una construcción semiótica, una representación, un efecto compuesto de representaciones discursivas y visuales atribuidas y apropiadas.

Ya 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. Esta mirada patriarcal, de la que el hombre es portador, se apodera de la mujer y la convierte no solo en objeto de su mirada, sino para su mirada. Asegura que el protagonista masculino en el cine no es “un objeto erótico para la mirada, sino el ser más perfecto, más completo” (...) “es una figura en un paisaje” (1975, p.372), en contraste a la mujer que es imagen.

La mujer, habita la cultura patriarcal en tanto que significante para el otro masculino, 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. (1975, p. 366)

Germaine DuLac, directora pionera del cine mudo, se interrogó sobre las conservadoras nociones de género y sexualidad y el lugar que ocupaba la figura de la mujer en su época. En los años 70, el cine feísta de la activista Martha Rosler, consigue deconstruir el papel tradicional de las mujeres mediante *"Semiotics of the kitchen"*, un video de parodia feminista y una pieza de performance de un solo canal en la que construye una semiótica gestual que presenta a la mujer como prisionera del ámbito de la cocina, espacio privado y a la vez universal.

La experiencia de ser mujer, y la visión del cuerpo femenino como herramienta e instrumento útil para la transformación social, es el cometido de cineastas contemporáneas como Iciar Bollain -Yo hago cine con tetas- o la americana Jill Soloway, que explora la idea de la propia identidad como un devenir constante y no circunscrita solo al género.

En la línea de lo apuntado por la investigadora y cineasta Margarita Ledo en su libro *El cuerpo y la cámara: "se trata de rozar el modo en que el cuerpo filmado habla de las mujeres, de la experiencia del cuerpo como filme, y de localizar las señales del conflicto latente con esos valores impuestos como femeninos: cuerpo para ser visto, piel suave y clara, lágrima. Del cuerpo como acto comunicativo"* (Ledo, 1998, p. 43).

Finalmente, y desde el ámbito de la fotografía, resaltamos la obra de Barbara Kruger, cuya creación presenta el cuerpo como un campo de batalla *"The body as a battleground"* y propone preguntarnos sobre algunos temas de nuestro entorno sociocultural como los estereotipos, cuestionando el poder, la sexualidad y la representación.

Los análisis de contenido de género de videos musicales de la cadena MTV realizados por Aubrey & Frisby (2011) ponen de relieve la cuestión de apariencia y la sexualización de la mujer como producto de los códigos de mirada masculina del cine que subordina su cuerpo para el "consumo" de otros (Fredrickson & Roberts, 1997). Son los medios que contribuyen a la cultura de la objetificación sexual especialmente de la mujer, siendo el hombre el garante de este poder y de esta mirada erótica (Mulvey, 1975). Desde las actuales políticas postfeministas<sup>9</sup> de tercera ola se dibujan nuevos horizontes que abrazan "las retóricas de las opciones", permitiendo que muchas mujeres se sientan empoderadas y puedan mostrar su sexualidad libre de restricciones impuestas por su rol de género.

---

<sup>9</sup> Projansky (2001) define el "postfeminismo" como el discurso cultural general vigente en los años 80 y 90 en el contexto de los Estados Unidos. Este discurso se basa fundamentalmente en la creencia de que el movimiento feminista de la "segunda ola" de los años 70 ya ha alcanzado sus objetivos - la igualdad y la libre elección de las mujeres - y por lo tanto ya no es necesario el activismo. De hecho, la narrativa de los 80-90 representa un modelo de mujer que ejemplifica el éxito del movimiento feminista: una mujer libre, emancipada, en carrera y sexualmente libre. (Projansky, 2001, p.11)

Universalizar la sexualidad y normalizar sexualidades periféricas fue en su momento elemento de análisis, como hemos visto con las teorías de Butler (2002), Laetitia (1989). La resistencia a los valores tradicionales, la transgresión, inducen al rechazo social, a la discriminación y el estigma (Fonseca Hernández y Quintero Soto, 2009). En esta línea, Fausto-Sterling (2000) aporta un planteamiento añadido al debate de la banalización de los cuerpos. Cita como ejemplo a los cuerpos intersexuales que son invisibilizados por ser leídos, a menudo, como cuerpos agramaticales que salen de la norma y que son vistos como cuerpos peligrosos que deben dominarse y controlarse para mantener la división de géneros. Este concepto tiene una correspondencia con la representación de género que la mujer ejerció en el punk y su desafío a las convenciones con su exposición desacomplejada, y en algunos casos asexual de cuerpos fuera de la norma, hecho que les garantizó una sanción que resultó en exclusión.

### 2.2.2. Exclusión de género en la música.

El patriarcado, en la ideología del rock clásico, ha creado una división del trabajo con formas de explotación particulares donde las artistas compiten en un espacio donde no deben parecer demasiado prominentes para ser respetadas y donde es muy difícil conciliar y regresar después de la maternidad. No es hasta finales de los años 1970 que localizamos un reconocimiento de tareas con ejemplos de intérpretes femeninas punk y feministas como *The Slits*, *Siouxsie*, *Patti Smith* o *Chrissie Hynde*. Hasta entonces, la fetichización de la música hecha por hombres impidió que la mujer accediera a muchos más roles que el de cantante, compositora e incluso interprete. “Rock culture offers a gendered spectacle of labor -in most cases-, a spectacle of masculine craftsmanship” (Tandt, 2004, p.156).

El estudio realizado por Clawson (1999) sobre la especialización en el bajo eléctrico como instrumento musical, cuestiona la falta de representación de la mujer en determinados instrumentos y sugiere que la presencia de la mujer en el sector musical se legitima y visibiliza vía el bajo eléctrico. La afinidad de la mujer por este instrumento es una forma de acceder a un espacio dominado por el hombre quienes lo consideran menos atractivo porque es más fácil de tocar. Este cuestionamiento técnico puede reproducir ideologías dominantes y funcionar simultáneamente para reconstruir una división del trabajo por género.



Una de figuras que sirven para respaldar y mantener las normas de género del rock es la "*groupie*"<sup>10</sup>, una figura que es obviada sistemáticamente de cualquier discusión seria ya sea como músicos o fans.

Larsen (2017), investigadora sobre la otredad de la mujer en el rock, sugiere que la identidad *groupie* funciona para identificar lo "otro", un apelativo que excluye a las mujeres de la producción creativa en la música rock e identifica tres procesos discursivos subyacentes. En primer lugar, señala el papel trascendental que los medios de comunicación populares y musicales desempeñaron en la creación del estereotipo de mujer *groupie* desde el nacimiento de los sellos discográficos. Este rol ha sido ampliamente revisado en documentales y películas no siempre con visiones inclusivas: *Edgeplay* (2004), *Almost famous* (2010), *Let's spend the night together* (2010), *Shot* (2017).

En segundo lugar, pone de manifiesto que las nociones de "credibilidad" y "autenticidad", fundamentales en el periodismo musical serio, se construyen de tal manera que estigmatizan y, por lo tanto, excluyen a las mujeres del rock, principalmente al reformular *groupies* como consumidoras no auténticas en lugar de fans. Finalmente, alude al *fandom* (voz del conjunto de aficionados a algún fenómeno) y al *groupiedom* (el mundo o esfera de las *groupies*), como escenas donde se magnifican las mujeres como objetos sexuales y como consumidoras pasivas de la cultura de masas.

El reciente estudio llevado a cabo por la prestigiosa Berklee School of Music (Boston)<sup>11</sup> sobre la industria musical, señala que hoy día las voces de las mujeres profesionales del rock en Estados Unidos siguen excluidas. La perpetuación de los roles de género acarrea múltiples estereotipos comportando que un 50% de ellas todavía sufran discriminación de género, abuso y que no se las tome seriamente, siendo muchas veces vistas como objetos sexuales.

---

<sup>10</sup> El concepto *groupie* no es nuevo (Roxon, 1969), es una extensión del término "seguidores del campamento de guerra", *groupies* son las chicas cuyos favores sexuales se extienden exclusivamente a los músicos del rock. El término empezó a utilizarse en 1965-1966 con la emergencia de las bandas locales de rock. "Groupies can be high class and rich, but they are what give rock its sex appeal and its magic". (Milliken, 2002, p.271)

<sup>11</sup> Barra, E., Kramer, S., Prior, B. (2018). Women in the US music industry: Obstacles and opportunities. Berklee College of Music. <https://www.berklee.edu/sites/default/files/Women%20in%20the%20U.S.%20Music%20Industry%20Report.pdf>.

En la misma línea se sitúa el estudio “*Inclusion in the Recording Studio? Gender and Race/Ethnicity of Artists, Songwriters & Producers*” (USC, Annenberg Inclusion Initiative. Los Angeles)<sup>12</sup>. El objetivo de esta investigación fue obtener una imagen de la inclusión que ofrece el panorama actual de la música popular mediante un examen del género, etnia y autoría en la creación de contenidos de 600 canciones populares publicadas durante 6 años en las listas de la revista *Billboard Hot 100* (2012-2018) en Estados Unidos. La activista y académica especialista en medios de comunicación Stacy Smith, coautora del estudio, denuncia que la invisibilidad de la mujer en la música popular es particularmente grave en la composición y producción de canciones. Confirma que la inclusión racial y étnica solo se cumple en algunas áreas de la industria musical, y que en la elección de un estilo musical hay una asociación al género debido a que ellas son mayoría en el pop y en la composición.

Una de las conclusiones del estudio, referente a las oportunidades laborales de la mujer, ilustra una analogía que se reproduce tanto en el sector musical como en la industria cinematográfica y la televisión, y es que en ambas industrias existe una falta de roles femeninos en papeles protagonistas y en posiciones de poder.

El informe evalúa asimismo el género en las nominaciones de los *Grammy Awards* (Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación de Estados Unidos) de los últimos siete años en las categorías de Álbum del año, así como la Mejor canción del año, Productor del año y Mejor artista nuevo. Los resultados revelaron que de un total de 899 individuos nominados a los *Grammy Awards* más del 90 por ciento habían sido hombres.

Finalmente, y con intención de obtener datos de las experiencias y obstáculos vividos por las mujeres en la industria de la música, el mismo estudio formuló 75 entrevistas a compositoras y productoras revelando que un 40% había sufrido discriminación en su trabajo, y el 39% expuso que los estereotipos y la sexualización eran impedimentos para sus carreras. Mas de un tercio aseveró que la industria estaba dominada por hombres, una creencia confirmada por los números en el informe cuantitativo.

---

<sup>12</sup> “*Inclusion in the Recording Studio? Gender and Race/Ethnicity of Artists, Songwriters & Producers*”. Recuperado Diciembre 2018 de: <http://assets.uscannenberg.org/docs/aii-inclusion-recording-studio-2019.pdf>

What women's experiences reveal, the biggest barrier they face, is the way the music industry thinks of women. The perception of women is highly stereotypical, sexualized and lack of ability. Until these central threats are altered, women will continue to face obstacles while navigating their careers. (Stacy Smith).<sup>13</sup>

### 2.2.3. Conceptos para referenciar la discriminación de género en la música.

El término género surgió a principios de los años 1970 y fue utilizado como una categoría analítica para trazar una línea de demarcación entre las diferencias sexuales biológicas y la forma en que estas se utilizan para informar sobre competencias y conductas y que luego se asignan como masculinas o femeninas (Pilcher, Whelehan, 2017). El propósito de la distinción sexo-género era impugnar unos efectos mentales y físicos producto de la diferencia biológica que se han exagerado para mantener el sistema de poder patriarcal y crear una consciencia entre las mujeres de que ellas eran más apropiadas para los roles domésticos y de crianza.

El sociólogo y analista Pierre Bourdieu (1997, 1990) -citado por Fowler y Zavaleta (2013)-, indaga sobre la sociedad, un espacio global social, escenario de producción y reproducción de prácticas y discursos en el que nuestro comportamiento individual y nuestra capacidad de actuar está sujeta a visiones adquiridas o heredadas. “La posición que en él ocupa un actor social, es congruente con su visión del mundo, con las distintas representaciones que puede hacerse de su propia realidad, como de las de los demás agentes” (2013, p. 120).

El sesgo de género ha desafiado a las mujeres a pensarse, dotarse de agencia y mantenerse conquistando un saber y un vivir sin exclusiones ni estereotipos (Fernández Rius, 2000). hooks (2000), lo reafirma: “if any female feels she needs anything beyond herself to legitimate and validate her existence, she is already giving away her power to be self-defining, her agency” (hooks, 2000, p.95). Agencia es por tanto, el concepto que nos remite: “a las ideas sobre la personalidad, la voluntad, la libre determinación y la naturaleza de la conciencia” (Fowler y Zavaleta, 2013, p. 118).

---

<sup>13</sup> Referencia: “Stereotyped, sexualized and shut out: The plight of women in music” 5 febrero 2019. Recuperado de: <https://annenbergl.usc.edu/news/research-and-impact/stereotyped-sexualized-and-shut-out-plight-women-music>

La periodista e investigadora británica Lucy O'Brien (2012) entrevistó a más de 250 mujeres de Estados Unidos y Reino Unido entre intérpretes y profesionales del sector musical para completar *"She Bop. The definitive history of women in popular music"*. Las nueve décadas representadas en este compendio plasman cómo estas mujeres refrendaron su agencia y empoderamiento para negociar su lugar en la música. "Music is a political issue. It allows the listener to plug into powerful baseline emotions, be they anger, sadness, confusion, lust, or joy. Music invites full-scale participation in life, and with knowledge comes empowerment. (2012, p. 15).

A sabiendas de que la prensa musical e industria discográfica han legitimado la exclusión de la mujer mediante un discurso de discriminación y de transmisión de estereotipos de género (McLeod, 2002), observamos que la desigualdad de género atraviesa no solo las redacciones donde compiten como profesionales, sino en la escena cuando son receptoras de dichas críticas por parte de los agentes responsables que validan la masculinidad como lo auténtico. El discurso del periodista musical es restrictivo para unos, y condescendiente con los otros, un empirismo que queda reflejado en el análisis de contenido cualitativo donde hemos tomado como referencia conceptual los siguientes términos: androcentrismo, otredad, sexismo y cosificación.

Androcentrismo describe la práctica de asumir las experiencias de los hombres como la norma y las de las mujeres como una desviación de esta norma por una especificidad de su sexo. Dicha percepción de la realidad desde la mirada masculina segmenta a mujeres y hombres, reforzando estereotipos, y se transmite a toda la producción cultural conllevando la invisibilidad de las mujeres y la ocultación de sus aportaciones.

La otredad, como postura epistemológica, describe el estatus de la mujer en las culturas androcéntricas y patriarcales: "Ella es lo incidental, lo no esencial como opuesto a lo esencial. Él es el sujeto, él es el absoluto, ella es el otro" (Pilcher & Whelehan, 2017, p.96).

En la historia semántica del término misoginia, la filósofa Sheila Ruth presenta una serie de creencias peyorativas sobre la mujer como manipuladora, incompetente, irracional que culminan en actitudes que internalizan opresión: "Demean our bodies, our abilities, our characters, efforts, and imply that we must be controlled, dominated, subdued, abused, and used, not only for male benefit but our own" (Mills, 1989, p. 162).

Lagarde (2012) interpreta el sexismo como uno de los pilares más sólidos de la cultura patriarcal. El sexismo patriarcal se basa en el androcentrismo legitimando el poder del hombre y la violencia del hombre. Si las diferencias sexuales son de género, no significa que seamos desiguales, por tanto, hemos de adoptar la diversidad y la paridad como principios de la ética política y cultural actual.

Lagarde aduce que la dominación patriarcal que subordina e invisibiliza a la mujer es un fenómeno cultural masivo en nuestra sociedad donde los medios representan a la mujer como excepción, como un genérico femenino, sin reconocer sus logros, presentando contenidos y referencias en grados de sexismo muy graves, y en otros, de manera sutil e imperceptible.

La negación y la anulación de aquello que la cultura patriarcal no incluye como atributo de las mujeres o de lo femenino, a pesar de que ellas lo posean y que los hechos negados ocurran. La subjetividad de cada persona está estructurada para ver y no mirar, para oír sin escuchar lo inaceptable, para presenciar y no aprovecharse de sus acciones o beneficiarse de su dominio, y no registrar que así ha ocurrido. (2012, p.22).

La cosificación como teoría sugiere que los medios, con su función socializadora, cosifican y lo hacen sexualizando en la forma que presentan los cuerpos y enfatizan su presencia. Es una forma de violencia machista difícil de identificar porque la hemos normalizado.

La cosificación de la mujer la abarca como modelo, como sujeto, como objeto de deseo y como cuerpo invisible. Bengoechea (2006), lo identifica como un maltrato simbólico, una aniquilación que se realiza mediante prácticas que quedan patentes en “su ausencia del discurso; y en su consideración de ser subordinado e inferior mediante a) su adscripción, por encima de todo, al mundo doméstico, íntimo y familiar y b) su conversión en objeto visual erotizado en fragmentos como parte de su reificación” (2006, p.27).

Suya es también la definición de reificación, cosificación u objetificación que tomamos como referencia:

Es un 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 paulatinamente 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. (2006, p.30)

La discriminación por razón de sexo/género que han ejercido los medios de comunicación es una violencia simbólica que contienen una visión instrumental de las mismas con múltiples consecuencias en su vida cotidiana (Verdú Delgado, 2018). Se basa en un ideal estético que hace a la mujer participe de su propia cosificación teniendo que someterse a los dictados de dichas normas estéticas. Aubrey, Frisby (2011) identifican esta práctica como la “auto-objetificación”, y señalan que cuando los medios convierten el cuerpo en objeto, están enseñando a la mujer a internalizar una perspectiva externa de sí misma que la hace verse como objeto y ser evaluada por los demás.

En esta línea, Fredrickson y Roberts (1997) llevaron a cabo una investigación sobre la cosificación y las consecuencias experimentales de ser mujer en una cultura que objetiva sexualmente el cuerpo femenino sugiriendo que niñas y mujeres asimilan la observación de sus cuerpos como una visión primaria de su ser físico. Esta perspectiva de sí mismas puede conducir a una ansiedad y vergüenza, y a una serie de riesgos para la salud mental, desde episodios de depresión a disfunción sexual y trastornos alimentarios.

Por último, la etnomusicología feminista ha fomentado los estudios sobre la manera en que el cuerpo transmite unas normas de género socialmente construidas a través de la actuación musical. Koskoff (2014) apunta que este cometido de visibilizar el cuerpo “as the site of political constrains and systems of power” (2014, p. 153) será la base de nuevas ideas para el nuevo milenio que no necesariamente desmantelaran las relaciones de poder desiguales entre géneros.

#### 2.2.4. Identidad y estética punk

Desde la teoría del feminismo hemos posicionado el sujeto como el principal agente en la constitución de su identidad de género, y cómo socialmente esta asignación de género conlleva una serie de roles y estereotipos. En esta relación individuo-sociedad se nos categoriza por nuestro aspecto o atributos, siendo el atuendo una de las facetas que conformará el desarrollo de nuestra identidad con la que nos presentamos a la sociedad y nos representa.

La identidad es el producto de procesos sociales permanentes durante todo el ciclo vital del individuo. El filósofo Jacques de Derrida<sup>14</sup> cuya obra impactó en el feminismo, pero también en los estudios de humanidades y las ciencias sociales, argumenta que la constitución de identidad comporta un doble proceso de identificación y de diferenciación: “se basa en la exclusión de algo y el establecimiento de una jerarquía violenta entre los dos polos resultantes: hombre / mujer, etc. Lo peculiar del segundo término queda así reducido a la función de un accidente, en oposición al carácter esencial del primero” (Hall, 1996. p.19).

---

<sup>14</sup> Derrida, J. (1981) *Positions*, Chicago: University of Chicago Press. [Posiciones, Valencia: Pre-Textos, 1977.] Citado por Hall (1996) en: ¿Quién necesita «identidad»? *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 13-39). Buenos Aires: Amorrortu.

Desde una óptica musicológica Frith (2003) propone relacionar música e identidad con interpretación e historia, y sugiere que la construcción identitaria es: “un proceso experiencial que se capta más vívidamente *como música*. La música parece ser una clave de la identidad porque ofrece, con tamaña intensidad, tanto una percepción del yo como de los otros, de lo subjetivo en lo colectivo” (2003, p. 186).

Si asumimos la música como práctica estética, como una actividad cultural y una forma de vida, la identificación con una música nos permite corporeizar y materializar identidades que nos identifican con ciertos grupos sociales: “Al responder a una canción, concertamos, caprichosamente, alianzas emocionales con los intérpretes y con sus otros fans. Debido a sus cualidades de abstracción, la música es, por naturaleza, una forma individualizadora” (2003, p.206).

La experta escenógrafa británica contemporánea Es Devlin directora de diseño de giras musicales de grandes artistas, y autora de esculturas y entornos performativos a gran escala que fusionan música, lenguaje y luz, percibe la música como forma de arte muy unida a las emociones de quién la produce o la escucha, un arte ligado a interacciones y articulaciones de identidad y gusto musical. Baron (2016) lo condensa con la idea de que un estilo crea y es creado por la identidad social.

Las nociones de género y el tipo de música son tan importantes a la hora de conectar el artista con su audiencia, como el rol que ejercen moda y estilo en crear esta conexión. Cuando la música y moda se unen, señalan no solo un compromiso individual, sino también político con ideas de identidad personal, colectiva y medios de comunicación, mediante los cuales las historias pueden hacerse visibles y materiales (Miller 2011, Frith 1996). “Clothes make, not the man but the image of a man” (Hollander, 1993, p. XV).

La historiadora Anne Hollander pionera en sus estudios sobre la historia de la moda y su relación con el arte asegura que siendo tan importante para la propia imagen deberíamos estudiar la vestimenta como fenómenos sociales y psicológicos. “When people put clothes on their bodies, they are primarily engaged in making pictures of themselves to suit their own eyes, out of the completed combination of clothing and body” (Hollander, 1993, p. 452).

Soley-Bertrán (2015) señala que el cuerpo es el primer espacio de poder de los seres humanos, y es la columna vertebral para la construcción de nuestro sentido del yo, mientras que también comunica adherencia a las normas sociales. La moda, por tanto, tiene la habilidad de expresar nuestra identidad y tiene el potencial para ser el origen de la creatividad personal, que puede aportar placer y dolor, que actúa como un lenguaje y que habla de muchas facetas identitarias, género o clase, origen, gustos, sexualidad y etnia.

Martos & Ochoa (2017) sostienen que el punk “reprodujo toda la historia de la indumentaria de las clases medias de posguerra en forma de collage” y se “construyó en torno una manifestación masculina y masculinizante de la música” (2017, p.3 y 5).

Existe un aspecto social de la indumentaria que, en el caso de una subcultura como el punk, puede abarcar campos diversos ligados al ciclo de la moda y el pronóstico de tendencias, pero también con implicaciones en la política, el espíritu cultural, los movimientos sociales, los derechos civiles<sup>15</sup>. En este sentido, hay que señalar que mucho del trabajo realizado en los estudios sobre la moda se interesan en cómo los individuos crean significado con este proceso.

Bonet (2019), directora de publicaciones de moda españolas no duda en afirmar que la historia de la vestimenta acompañó los cambios en la vida de las mujeres, y que la moda, al democratizar sus mensajes aspiracionales, ya no se dirigía a una élite, sino a las mujeres que avanzaban en el espacio público. La moda, es una disciplina compleja que, en la aplicación individual, supone interpretar el gusto y aplicar el juicio estético. “La belleza reside en el espíritu, no son tanto unos ojos como el brillo de unos ojos. Y eso pertenece a los mundos interiores” (2019. p.107).

Some pop music clearly doesn't merit anything, but then some opera doesn't either, just as some fashion doesn't warrant looking at twice and some does. It's not genre that defines whether you should look again. The point of anything you look at in terms of art is that, once you've seen it, your mind will not be able to look at the world, or apply any task, in the same way. (Baron, 2016. p.52)

El género punk, como manifestación musical, inicia sus pasos en 1975 entre escenas musicales muy diferentes: la de los hippies, la música disco y la de las super bandas de rock. Demográficamente se enlaza a la generación “baby boomer” (1956-1965) y su ideología anti hegemónica se considera heredera de las consignas de la revolución sexual, las utopías y el movimiento de liberación femenina. La legalización del divorcio (1969 en Estados Unidos, 1972 en Inglaterra, 1981 en España) y la aparición de la píldora anticonceptiva entrañaron nuevos derechos sexuales y reproductivos en una sociedad permisiva que democratizó el consumo de drogas y proyectó la epidemia del sida. Veremos con detalle en el capítulo 2.5 cómo el punk se desarrolla y afianza en cada país de estudio.

---

<sup>15</sup> Monica Sklar: “Archiving Punk Merchandising Experiences: The Contribution of Retail to the Development of Subcultural Identity, Community, Art, and Dissent”. Curating Resistance: Punk as Archival Method Conference. February 9 - 10, 2018. University of California, Los Angeles.



En este paisaje en forma de gran supermercado social, los jóvenes participaban como nunca de la vida nocturna y de las drogas propiciando la emergencia de las tribus urbanas: punks, mods, skinheads, nuevos románticos, *new wave*, *rockabillys*, hip hop. Maffesoli (1988) sugiere que se trata de grupos relativamente pequeños y fluidos que comparten intereses comunes diferentes a los intereses de la cultura dominante.

La pareja formada por Vivienne Westwood-Malcolm McLaren son considerados los artífices estéticos y sonoros, respectivamente, del punk británico al anticipar una perspectiva lucrativa de la moda en la sociedad británica primero con la creación de la tienda *Let it Rock* en el 430 de King's Road y con el ímpetu de vestir la rebelión del rock en 1971, luego convertida en *Too Fast To Live, Too Young To Die*. En 1974 el mismo establecimiento se convertirá en *SEX* "the sexual romper room for liberated teens, an ultranasty emporium of polymorphous perversity, replete with parallel bars for trouser racks, a big rubber-covered sofa, and a flying trapeze" (Bromberg, 1980, p. 56).

Es relevante fijar la atención en el rol que adquieren los creadores de la estética que definirá el punk. Baron (2016) opina que cuando la moda, con su poder evocador, ejerce seducción, se fusiona con la música como agente de cambio, trazan un camino hacia territorios que incluyen la identidad, feminismo, género y sexualidad.

Las industrias de la moda y la música habían creado el vínculo con la cultura de consumo que la tribu punk rechaza, y para reflejar el aburrimiento que les provoca la contención moral, se apropian de una indumentaria a base de parafernalia amenazante y violenta. La agresividad de su música y su comunicación gráfica va en consonancia con sus señas de identidad: tatuajes, piercings, collares de perro, decoloración y engominado del cabello en imitación de las crestas *mohawk*, o el uso de cuchillas de afeitar para sugerir automutilación.

What happened was that the youth culture that was considered more experimental or anti-establishment in the 60's and 70's became an acceptable business in the 80's. The business wasn't quite you would have anticipated because it was a business of the young by the young. This had never existed before in this way, there had always been a division between the provider and the consumer. The generation of the 60's and 70's anticipated the 80's, becoming a very commercially driven decade in different ways. But within this whole phenomenon there was far more outrage that was less media-led and less politically motivated, but more hedonistic and fashion-based than in the 70's. (Neri & McLaren, 2003, p. 267)

El atuendo, mayormente auto confeccionado, reunía determinados elementos de la estética del sadomasoquismo como la ropa de látex, ropa masculina *oversized* y cuero adaptado a pantalones, chalecos, sujetadores y chaquetas y rematado con diferentes calzados como las botas militares o los tacones, las medias de rejilla y faldas unidas por imperdibles. Indumentaria controvertida que SEX comercializaba como declaraciones políticas hacia el *establishment*.

SEX still sold drape suits, biker clothes, and brothel creepers, but there were also new additions: outlandishly coloured zoot suits; leather shirts and pants with oddly placed zips and studs; kinky French underwear, black latex S&M clothes, rubber masks, whips, chains and handcuffs and most important, a line of T-shirts (...) (Bromberg, 1989, p.56)

En este contexto, la diseñadora y empresaria británica Vivienne Westwood intuyó la apropiación de elementos hasta entonces nunca vistos como ciertos atuendos ingleses del s. XVIII, artefactos de las tribus apaches, e influencias de estilo pirata, en definitiva, estilos andróginos y asexuales que uniformizaron nuevas construcciones de identidad. La elección de estos elementos encarnó una nueva frontera estética y simbolizó una liberación para la mujer, alejándola de los cánones de belleza estereotípica que consistían en encajar su cuerpo en siluetas imposibles y evadiéndolas de representarse como objetos de deseo sexual. “While unisex seeks to mask the body in supposedly genderless clothes, androgyny seeks to unite male and female, masculine and feminine in one body” (Arnold, 2001, p. 122).

En los últimos 40 años los estudios musicológicos, etnográficos y de género, indagan en las señas identitarias de la mujer punk, en su vocabulario visual y estético, e intentan establecer cómo las mujeres, ya sean artistas o ejecutivas, han negociado sus carreras en la industria musical salvando obstáculos laborales y presión en su apariencia (Reddington, 2012; O’Brien, 1999, 2012; Vélez, 2018).

### 2.3. Antiautoritarismo y feminismo punk

La situación de subordinación de las mujeres en la sociedad, como ciudadanas de segunda clase, y el cuestionamiento de los elementos que la legitiman, son reivindicaciones de base de los feminismos radicales. Una de las discriminaciones que condenan socialmente a la mujer es el sexismo, pero existen otras violencias toleradas por el estado, como la suspensión del control de la natalidad y el aborto, o la privación económica (Willis, 1989).

El antiautoritarismo de la filosofía punk se empareja con el ideario feminista en sus proclamas representadas por el Movimiento de Liberación de la Mujer (WLM) que emergió a finales de los años 1960 en las naciones industrializadas del mundo occidental, y promovió la lucha por los derechos civiles reivindicando un cambio de los roles tradicionales de la mujer en referencia al sexo, identidad y familia.

Una de las tesis políticas e intelectuales claves surgidas contra el sexismo y la objetificación la formuló Kate Millett en 1970 en *Sexual Politics*, argumentando que la relación entre sexos es un tema político. El autoritarismo del patriarcado es presentado como una política sexual, el sistema universal de dominación básico sobre el que se asientan los demás -de raza, de clase- y se rige por el principio del macho sobre la hembra y del macho adulto sobre el joven (Puleo, 2017).

Moreno Sardá (1986), suscribe la repercusión de los conceptos de Millett y su condena de los mitos patriarcales de la literatura -y por extensión a la psicología, la filosofía y la política- en aquella encrucijada que fueron los últimos años setenta españoles.

En una sociedad puritana como la que aquí imperaba, su crítica chocaba con la mentalidad de los ambientes progresistas, entre los cuales la pornografía y la literatura de los escritores que ella revisaba eran considerados válvulas de escape liberadoras. Pero, sobre todo, porque al propugnar una sexualidad que no se reducía al coito vaginal, sino que reivindicaba la potencialidad erótica del clítoris, permitía pensar que los hombres ya no eran imprescindibles para el disfrute de las mujeres. (1986, p.12)

El activismo cultural feminista en Estados Unidos fue una gran influencia para otros movimientos sociales en su redefinición de los roles socioeconómicos y políticos de las mujeres en la sociedad, como fue el caso del punk. En la música, y la escena punk, la lucha de la mujer era de resistencia y de desafío a las nociones convencionales de atractivo y sexualidad, desde donde realizar imágenes no hegemónicas de la feminidad (Bayton, 1998). En ambos movimientos, en el punk y el feminismo, lo personal es político, ejerciendo la misma resistencia al patriarcado con unas proclamas que en el caso de las comunidades musicales de mujeres, tuvieron impacto cultural durante décadas y de forma global (Goldman, 2019).

La académica Lucy O'Brien expone esta noción en su investigación sobre el punk femenino británico de los años 1970. Su método son entrevistas a un grupo de mujeres de la generación fundacional del punk quienes reconocen que gracias a un nuevo vocabulario visual y estético se enfrentaron a los estereotipos de mirada masculina y adquirieron estrategias para confrontar y negociar el poder patriarcal: "Their visual vocabulary may be more subtle and coded, but their negotiation of power and power relations is informed by punk rigor and a conceptual understanding"<sup>16</sup>.

La filosofía vital que exploraron los pocos referentes del feminismo punk se cimentó en un ethos *DIY* que las empoderó permitiéndoles crear alianzas como la sororidad y promoviendo valores como la solidaridad, el cuidado mutuo, la cooperación o la autogestión. "Como horizonte de sentido, la sororidad habilita una sociedad desjerarquizada, que al mismo tiempo posibilita un cambio fundamental en el modo de entablar las relaciones de género, tendiente a la transformación social" (Femenías, 2018, p.22).

La ética de la sororidad fue la base de *WITCH*<sup>17</sup> (Women's International Terrorist Conspiracy from Hell), un fenómeno único dentro del Movimiento por la Liberación de la Mujer entre los más de cincuenta grupos radicales organizados que formaban el movimiento feminista, tan solo en Nueva York, y por extensión para la propia *herstory*.

---

<sup>16</sup> O'Brien, keynote speaker at KISMIF, 4th international conference on underground music scenes and DIY culture, University of Porto, Portugal. 11-14th July 2018: 'Holding Ground: Redefining 70s punk feminism.'

<sup>17</sup> *WITCH* guerrilla feminista surgida en Nueva York (1968-1970). Se autodefinía como un movimiento antiautoritario y para este colectivo, la liberación de la mujer debía pasar por la destrucción radical del patriarcado como una super estructura cultural.

*WITCH* luchaban contra los viejos esquemas machistas con la idea de crear una sociedad nueva y reivindicando a las brujas como las mujeres geniales, valientes, agresivas, inteligentes, inconformistas, exploradoras, curiosas, independientes, liberadas sexualmente y revolucionarias. Esto posiblemente explica, según W.I.T.C.H (2015), que nueve millones de ellas fueran quemadas hace 500 años<sup>18</sup> (Gil Lozano, 2018). Las consignas *WITCH* irrumpieron en medio de la escena izquierdista y contracultural norteamericana siendo infravaloradas y ridiculizadas, pero hicieron su propia revolución interior partiendo de la misma filosofía de que lo personal es político, rompiendo el concepto de mujer como criatura biológica y sexualmente definida. “Implica la destrucción del fetichismo de la pasividad, el consumismo y la mercancía” (2015, p.53).

Esta fue también la base activista de *New York Radical Women*, grupo al que perteneció Kate Millett, y que con el boicoteó el concurso *Miss América* celebrado en Atlantic City en 1968, denunciando que las condiciones materiales impedían una verdadera elección a las mujeres, castigando a las rebeldes con soledad, empobrecimiento y privación sexual. “Radical feminism, along with civil rights, the most influential social struggle of the 60’s, transformed the cultural and political landscape, its imprint its everywhere in American life. Yet the radical feminism movement has largely disappeared from history” (Willis, 1989).

A finales de los años 1960, la falta de oportunidades, de referentes, e imágenes positivas dentro de la música popular estimuló la creación de un gran movimiento de autogestión de la música hecha por mujeres. Es el inicio de una serie de sellos discográficos, compañías de distribución, festivales, boletines informativos y revistas creadas en Washington D.C. y en el área de la bahía de San Francisco en Estados Unidos, a través de redes informales de artistas, intérpretes, productoras, librerías y comunidades de activistas.

Entre los proyectos empresariales instaurados en 1973 destaca *Olivia Records*, la primera discográfica dirigida por mujeres. Esta iniciativa abrió la puerta a la creación de otros sellos con la misma filosofía: *Redwood Records*, *Urana Records* (Nueva York), *Women’s Wax Works*, *Pleiades Records* (Berkeley) siendo notable la aportación de *Goldenrod Music Distribution*, fundada en 1975, para distribuir *Olivia Records* y más tarde incluir otros sellos (Doughter, 2014).

---

<sup>18</sup> Gil Lozano (2018) arguye que “La persecución de las brujas debe leerse como parte de la historia de disciplinamiento del género femenino. En los inicios de la modernidad, las instituciones de encierro para las mujeres eran el prostíbulo, el convento y el matrimonio. Las que quedaban fuera de esta institución, eran torturadas y quemadas” (...) “Entre 1560-1760 el 85% del total de ejecutados durante el período de las grandes persecuciones de brujas fueron mujeres. (Gil Lozano, 2018, p.13)

Lont (1992) infiere que el separatismo lésbico y feminista, se usó entonces como una "táctica que enfocaba la energía de las mujeres y daría un enorme impulso al crecimiento y desarrollo de la música femenina" (1992, p.40) promoviendo la aparición de bandas en la arena feminista como *Fanny*, *Birtha*, *The Deadly Nightshade*, *Goldie and the Gingerbreads*.

Las ideas generadas por el movimiento feminista influenciaron a las mujeres que querían dedicarse a la música y facilitaron los referentes ideológicos y mentales para desafiar la autoridad patriarcal y escoger el camino de la provocación como estrategia creativa para mostrar al mundo su talento. En esa dinámica, podemos reseñar dos proyectos de origen británico que emergieron en el panorama internacional, la editorial *Virago*, que desde 1973 ha publicado a más de 1200 autoras y 3.500 títulos, y la revista feminista *Spare Rib* (1972-1993) aparecida en la segunda ola feminista e inspirada en la contracultura de fines de la década de 1960. Gee (2016) señala que su objetivo: "Was challenging stereotypes and the exploitation of women, the magazine supported the debating chamber of feminism in the UK during its run" pero además reseñando actuaciones musicales icónicas como Siouxsie and the Banshees, The Slits y Blondie: "Its interviews with the artists provide a feminist perspective on the experience of being a woman in the male-dominated punk society" (2016, p.5).



Ilustración 1: *WITCH*, *Women's International Terrorist conspiracy from hell* 1968

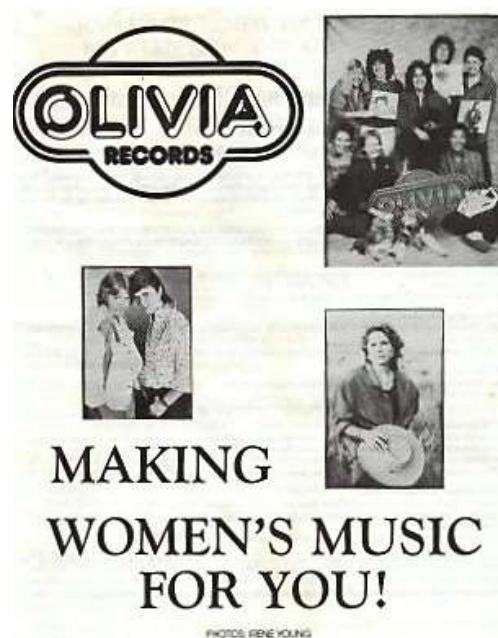


Ilustración 2: *Olivia Records*, Washington DC, 1973.

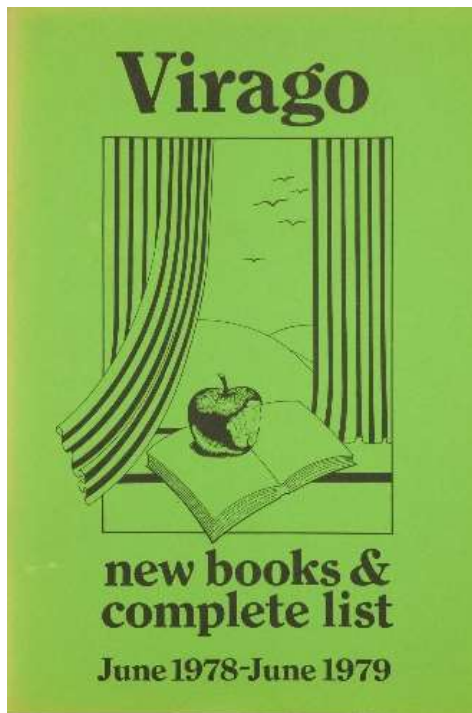


Ilustración 3: Virago Press (U.K) desde 1973 editorial internacional de libros de autoras y temas feministas

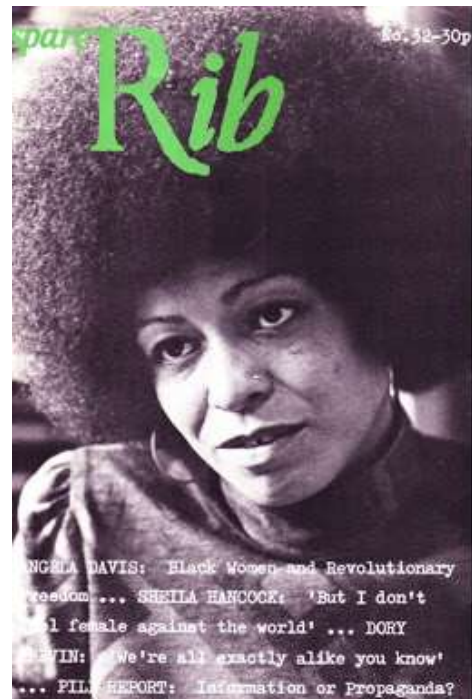


Ilustración 4: Spare Rib (1972-1983). UK. Portada Angela Davis

En la vanguardia del movimiento por los derechos de la mujer en los años sesenta y setenta, la generación *hippy* estaba decidida a luchar contra los roles de género y el sexismo inherentes a la austeridad de la posguerra (O'Brien, 1999). En el punk, confluye una generación ideológicamente negacionista, desencantada con el entorno político, económico y laboral y que reivindica la conquista de las libertades actuando subversivamente contra lo establecido y contra la autoridad. Este rechazo es manifiesto con sus actitudes y sus cuerpos adornados a través de estéticas y estilismos alternativos o estilos de vida radicales: "Punks abhorred the hippie ideal of fertility and femininity, creating their own definitions of beauty and sex"<sup>19</sup>. La música, y su experimentación con las drogas y las herramientas culturales *DIY*, eran los materiales de consumo "pero también hay un enfrentamiento a todo tipo de redes complejas de poder y posición que les permitirán encontrar caminos subconscientes informales para entender la sexualidad, el género, la raza" (Willis, 2004, p. 131).

<sup>19</sup> Cita de Germaine Greer, "The Politics of Female Sexuality," *OZ Magazine*, July 1970, [Page 10] en *Pretty in Pink: An Examination of European Female Punk Rock of the 70's and 80's through a Feminist Lens* de Kaitlyn Gee (2016).

### 2.3.1. Reivindicar el feminismo creativo punk.

Los antecedentes culturales de la lucha feminista nos ayudan a nombrar realidades y brindan inspiración y oportunidades para demostrar que las mujeres de la subcultura punk mediante un feminismo particular, asociados con la segunda y tercera ola feminista<sup>20</sup>, abrieron un proceso de cambio de mentalidad con su expresión de agencia en lo social, cultural y estético. Las feminidades alternativas y participativas que encarnaron asumieron una individualidad independiente, saliendo de la norma de género para establecer relaciones de igualdad con su entorno siendo sujetos y agentes de sus propias vidas.

En el aspecto musical, las narrativas del punk sirvieron para que muchas mujeres reforzaran su individualismo y empoderamiento, además del placer hedonístico de sus actuaciones, creando una propia economía de conciliación y una economía feminista de la ruptura (Pérez Orozco 2005, Gavanoas & Reitsamer 2016). O'Brien (2018) también se reafirma en esta visión feminista de la mujer del punk como una mujer creativa, solidaria, con identidad y poder, con agencia para subvertir el orden establecido y producir un cambio. La noción de "agencia", tanto en los estudios de género, pero también en la antropología, se presenta como esencial para entender las relaciones que una agente (una persona o entidad) tienen en la sociedad con énfasis en la acción individual y su capacidad de actuar. "Hace 40 años quisimos definir un vocabulario para expresar que significó ser punk y hoy todavía lo seguimos intentando"<sup>21</sup>.

Las comunidades creativas referenciales del punk, especialmente las relacionadas con la música, fotografía, moda o diseño son las que observamos para descubrir todas las dimensiones del fenómeno objeto de estudio de nuestra investigación. A nivel sociológico, estos epicentros de las industrias culturales generan interacciones y oportunidades favorecidos por un estilo de vida de gran dinamismo basado en la vida nocturna.

---

<sup>20</sup> Gil (2011) sostiene que La Tercera Ola feminista, se sitúa en los años 90 reformulando el ideario de las décadas de los 60 y 70 de la Segunda Ola organizada en torno a la unidad de todas las mujeres. Los nuevos feminismos de la Tercera Ola parten de la diferencia como condición inherente a la práctica política. La identidad se comienza a comprender como un proceso múltiple en el que se articulan el género, la clase, la raza, la etnia y la edad.

<sup>21</sup> Keynote speaker at 'Keep It Simple, Make It Fast' (KISMIF) 4th international conference on underground music scenes and DIY culture, University of Porto, Portugal, 11-14th July 2018: 'Holding Ground: Redefining 70s punk feminism.'



En un sentido amplio, las culturas juveniles se refieren a la manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre, o en espacios intersticiales de la vida institucional. En un sentido más restringido, definen la aparición de “microsociedades juveniles”, con grados significativos de autonomía respecto de las “instituciones adultas”, que se dotan de espacios y tiempos específicos (Feixa, 2004, p. 7)

Uno de los múltiples emplazamientos comunitarios norteamericanos surge del East Village neoyorquino. Música, imagen y moda, como fenómenos simbióticos, fomentaron la aparición de boutiques como *Manic Panic* en St. Marks Place, fundada por las hermanas Tish & Snooky Bellamo el 7/7/77 y considerada hoy un icono punk de primera generación. Este entorno favoreció el despegue de profesionales del estilismo como la fotógrafa francesa Maripol, creadora de los vestuarios de figuras tan relevantes en la historia de la música como Debbie Harry (Blondie), Grace Jones o Madonna.

Using her Polaroid camera, she documented the hip, the depraved, the famous, and almost-famous – from the platinum vixen Debbie Harry to a regal Grace Jones to Madonna in a hot pink wig and a young and brooding Vincent Gallo. Writers and artists and old school graffiti stars and actors and fashion designers marked they hadn’t seen a party like this since back when Maripol was documenting them. (Currid, 2007, p.17)

En uno de los nodos creativos del Village neoyorquino, la reconocida fotógrafa Roberta Bayley dejó su testimonio sobre las numerosas bandas punk que actuaron en el mítico club CBGB. Debbie Harry fue una de ellas, una de las cantantes que desplegó un elevado sentido de la creatividad y personalidad liberándose de la sobreexposición visual y con la exploración de los límites de género, manejando imágenes provocadoras o desafiantes, y en algunos casos asexuadas y anárquicas. “To be an artistic, assertive woman in a girl drag, not a boy drag was then an act of transgression (...) My Blondie character was an inflatable doll but with a dark, provocative, aggressive side. I was playing it up, yet I was very serious” (Harry, 2019, p.195).

Como admite Harry<sup>22</sup>, un mundo hecho a la medida del hombre y donde ella tuvo que luchar duro para ser tomada en serio, especialmente por consideraciones de género:

---

<sup>22</sup> Harry, D. (2011, July,1). Behind the muses. W Magazine. Recuperado el 20 Diciembre 2020 de: <https://www.wmagazine.com/story/designer-musician-muses-deborah-harry/>

I did my own hair and makeup because I didn't have enough money for anyone else to do it. Sometimes I didn't have time to bleach my hair, so the roots were just there. And the brown in the back was because I couldn't see back there to do it. I wore black high-waisted tights, peg-leg pants and men's tuxedo shirts, or underwear as outerwear. Sometimes I wore a bridal gown and ripped it up. But my style changed after I met Stephen Sprouse about 1975, when he moved into my apartment building on the Bowery. Steve was horrified by the things that I would try—like a red forties dress with white cowboy boots. But I was just wearing what I had.

Las herramientas de “distorsión” y “deformación” de la contracultura del *DIY* brindaron a la mujer punk la posibilidad de representar nuevas feminidades al margen de los estereotipos degradantes utilizados comercialmente por los medios de comunicación y las discográficas que moldeaban desigualdad y enfatizaban los mitos de la belleza y la juventud (Lieb, 2013).

Mujeres y hombres también rompieron estereotipos adoptando identidades ambiguas y atuendos unisex como el estilo *glamrock*, vistiendo sin complejos plataformas, blusas de seda y medias de leopardo entre ellos David Bowie, The New York Dolls o Patti Smith.

Nunca había visto una chica que tuviera ese aspecto. Ella es mi alma al descubierto, todas las cosas que escondo en lo más profundo de mí ser y que no pueden salir. Patti Smith parece natural, segura, sexy y original. No es que quiera vestirme con ella ni copiar su estilo, sino que me da la confianza para expresarme tal como soy (Albertine, 2017, p.104).

En el ámbito del punk británico, la cámara de Erica Echenberg documentó la impronta visual del fenómeno en los clubs de Londres en 1976 como *Roxy* o *Marquee* a través de más de 3000 imágenes y publicando su trabajo en revistas como *Melody Maker*, *New Musical Express*, *Record Mirror* o *Vogue*. A nivel gráfico es trascendente la contribución de Helen Miniver, también se llamó Helen Wellington-Lloyd, aunque es popularmente conocida como Helen of Troy, a quien se le otorga la invención de la tipografía *blackmail* considerada ejemplo de recreación simbólica contra la autoridad, y caracterizada por el empleo de las letras recortadas configurando el logo clásico de Sex Pistols y otros muchos diseños posteriores.

Las dinámicas organizativas de las redacciones eludían los prejuicios sexuales en la autoría de imágenes, y apostaban a favor de una economía de medios y resultados. Esta oportunidad favoreció que a nivel global y en concreto en España, fotógrafas como Maria Espeus, Ouka Lele, Michele Curel, Visi Caño, internacionalizaran las hazañas de la generación protagonista de la efervescente escena contracultural. En el terreno de la moda española, la transgresión llegó de la mano de diseñadoras como Lydia Delgado o Sybilla que desdibujaron los límites de género con las siluetas y estéticas inclusivas importadas.

Exene Cervenka, cantante y cofundadora de "X", una de las bandas referentes del punk de Los Angeles (California) es uno de los testimonios en la presente investigación. Su aseveración de que las mujeres cambiarían el mundo verbalizaba un empoderamiento heredado de las doctrinas del feminismo radical de finales de los 60 y principios de los 70. El reconocimiento que Cervenka reclamaba, y soñaba, en una sociedad nueva no era diferente de la reivindicada por las comunidades WITCH, las brujas que practicaban la sororidad como mujeres geniales, valientes, agresivas, inteligentes, inconformistas, exploradoras, curiosas, independientes, liberadas sexualmente, revolucionarias.

Oh, that's so cool. I don't have to act like a stupid girl anymore. I don't have to have big, feathered hair. I don't need frosty lips. I don't have to pander. I don't have to look stupid and we don't have to play bad music. We thought we could show everybody how great things can be. No, that didn't happen. Eventually it just got buried, pretty much. (Russo, 2017, p. 89)

Afortunadamente, las asociaciones de mujeres en la música<sup>23</sup> luchan por romper los estereotipos de género dentro de la industria alentando modelos a seguir para las generaciones futuras, concienciando sobre la brecha de género y asegurando que las mujeres sean conscientes de que el apoyo está disponible para ellas a lo largo de su carrera.

Es un deber acreditar las aportaciones creativas referenciales en la historia de la música -el rock, pop, jazz e incluso el rap y la música electrónica- y reponer las contribuciones que supusieron la obra de fotógrafas, diseñadoras, periodistas, productoras, directoras y ejecutivas de la industria discográfica.

---

<sup>23</sup> Entre otras: **She said so** (con 10.000 afiliadas en 15 países), **M.I.M** (100 socias en España luchan por la igualdad de género en la música), **The Women International Music Network** (fundada en 2012 en U.S.A con la misión de conectar mujeres en la industria musical y audio).

## 2.4. Particularidades de la industria musical y el encaje punk

En las fechas clave de la historia de la música grabada Lydon (2005) destaca la invención del fonógrafo de Thomas Edison en 1877, los discos eléctricos con micrófonos para grabar y altavoces para difundir el sonido en 1925, y las cintas magnéticas de grabación editables Ampex en 1948.

A la pregunta de cuál fue el primer disco de rock'n'roll, pocos autores concuerdan en la fecha de origen debido a que el fenómeno fue producto de la combinación de diversos estilos, tradiciones y afinidades (Manrique, 1976). El rock es una de las formas que mejor representa la experiencia de los jóvenes y se reafirma con la descripción de sus características: volumen, ritmo pesado, agresividad, tensión, impacto, rebelión, sexo, desafío, identificación entre músicos y público. La implantación del estilo de vida que supuso el rock entre la juventud en los años 1950 quebrantó los cimientos del “*american way of life*” y contribuyó a la democratización de la música popular con reinterpretaciones o versiones de temas conocidos y reunidos en un *LP*<sup>24</sup> (*long play*).

A finales de los años 1960, músicos y público favorecieron el establecimiento de este formato por cuanto extensión, alta fidelidad y posibilidad de plasmar manifiestos personales mientras que el *single*<sup>25</sup> cayó en desuso. Las cifras de ventas de *LP*, según la revista *Billboard* en Estados Unidos, reflejan cómo sobrepasaron a las de *singles* -de 6 millones a 4'5 millones-. En el Reino Unido, en cambio, los *LP* tardaron 8 años en superar las ventas de *singles* y *EP*<sup>26</sup> (Lydon, 2005).

Manrique (1977), considera que estos valores contribuyeron a que disminuyeran el número de grupos de ámbito regional que entraban en los estudios de grabación. “Muchas de las compañías independientes que habían contribuido a la descentralización discográfica de años anteriores fueron cerrando y los grupos tuvieron que darse a conocer a nivel nacional mediante los grandes sellos y las agencias importantes” (1977, p. 15).

---

<sup>24</sup> *LP* por su denominación en inglés Long Play o álbum, sonaba a 33 1/3 revoluciones con una duración de 20 minutos por cara.

<sup>25</sup> *Single*: pasó de tener aspecto de álbum fotográfico a convertirse en un disco a 45 revoluciones con uno o dos temas por cara.

<sup>26</sup> *EP* o *Extended Play*: disco con un total de cuatro o cinco canciones.

El LP era objeto de coleccionismo y entró en la categoría de obra de arte hasta que su reinado decayó en 1988 cuando las ventas de CD <sup>27</sup>(compact disc) superaron a los LP. “Si los *singles* son como las revistas y los programas de televisión; los álbumes son como los libros y las películas” (...) “Para los músicos crear un álbum, supone el mismo tipo de reto que el que tiene que afrontar un escritor o un director de cine, exige el mismo tipo de búsqueda de la excelencia y conlleva la misma ambición respecto a la fama y la fortuna” (Lydon, 2005, p.8).

En la industria musical, como veremos más adelante, el sexismo, pero también el racismo, jugaron en contra de los/las artistas. Así lo manifiesta en sus memorias el productor y músico norteamericano Quincy Jones:

Black artists have always been forced to walk the thin line between what is politically acceptable for them to say and what is not. My entire career, indeed, my entire life, has been based on trying to break down the walls between people of all colors through the world. I'd lived that. (Jones, 2001, p.217).

Con el objeto de comprender la complejidad de las relaciones entre los responsables de la industria de la música y sus artistas, y en especial para asimilar el rol de las grandes discográficas en la aparición del fenómeno comercial punk, describimos a continuación los tres grandes sectores que convergen en la explotación de la música y venta de conciertos, audios, videos y las organizaciones/asociaciones que ayudan y representan a estos creadores (Ilustración 5):

- el negocio editorial: incluye composición, letristas que crean una canción o una pieza musical, el/la cantante, el/la músico y director/a de orquestas que las interpretan.
- la industria discográfica o fonográfica: los profesionales que crean y venden la música grabada (editores/as musicales, productores/as, estudio de grabación, ingenieros/as y sellos discográficos, tiendas físicas y online, las organizaciones que lidian con los derechos de imagen).
- los espectáculos en vivo: los individuos que ayudan a organizar y presentar las actuaciones (ingenieros/as de sonido, agentes de *booking*, promotores/as, locales donde se presenta la música, técnicos/as de montaje).

---

<sup>27</sup> CD, disco compacto digital empieza su comercialización en 1982 (Sony, Philips). Su duración llega a una hora o más sin llegar a deteriorarse. A diferencia del vinilo que captaba el sonido de la música de modo analógico en los surcos, el cd digitalizaba el sonido en largas tiras de códigos informatizados impresos sobre cristal brillante.



Ilustración 5: La industria de la música. Insunza, G (2016, p.41)

En el negocio de la música, y en la industria musical en concreto, existen unas convenciones que exigen que para iniciar una carrera discográfica es necesario un equipo de personas como son: el/la *mánager*, el/la *business mánager*, el/la agente o una agencia, y los/las abogados/as expertos en entretenimiento. Cada rol es importante para llevar a término las decisiones correctas en términos de buscar un contrato discográfico incluyendo todos los conceptos de royalties y adelantos.

Mientras el/la *mánager* personal lidia con el proceso creativo, promoción y coordinación de conciertos, así como las relaciones con la discográfica, el/la *business mánager* esta al cargo de la parte económica, y el/la abogado/a supervisa contratos y asesora legalmente. Los/las agentes en la industria musical, a diferencia de la industria cinematográfica, tienen una esfera de influencia limitada y sólo se ocupan de contratar todas las apariciones de sus artistas en los conciertos. Donald Passman (2006) resuelve que no sólo hay que tener estos elementos en consideración, sino que hay que observar los contratos de grabación, incluidos los conceptos de royalties y avances, y por supuesto la composición de temas, publicación, *copyright* y la estructura de la industria editorial. Los grupos deberán tener en cuenta varios procesos, desde los conciertos y las giras, incluidos los acuerdos de apariciones personales hasta el *merchandising*.

Por un lado, el/la artista requiere de un equipo de asesores/as y, a la vez, contratar un/una productor/a que pueda convertir en tangible su producto. La responsabilidad del/la productor/a es el de maximizar el proceso creativo ya sea escogiendo los temas, decidiendo que arreglos necesitan, qué sonido, y por supuesto ocuparse de todos los aspectos administrativos. En los años 1960, los Beatles tuvieron a un productor, George Martin, al que se le denominó el quinto Beatle ya que sin su participación álbumes como *Sergeant Pepper*, considerada una obra maestra del arte electrónico, no hubiera podido concebirse.

La Enciclopedia del Rock elaborada por Lillian Roxon (Milliken, 2002), detalla que los roles del/la productor/a y el/la arreglista, el/la productor/a y mánager, ejecutante y productor/a, a menudo se solapan, se superponen a medida que la música se vuelve cada vez más intrincada en el estudio. Milliken (2002) reproduce el siguiente párrafo de la enciclopedia: “As rock becomes more complicated, producers’ roles grow more important. A day could well come when the producer will be not just the real, but the *only* star of the performance twiddling knobs and mixing sounds” (Roxon, 1969, p. 298).

Finalmente, en la elaboración y venta de un disco, el/la artista requerirá, o bien ceder su grabación a una gran compañía discográfica, una *major*, o hacerlo a una independiente. La *major* distribuye la obra de un/a artista y posee un amplio staff de profesionales para transformar un producto en éxito comercial con un engranaje de distribución enorme que mueve el disco desde la fábrica a la tienda. En una *major* distinguimos diversos departamentos: ventas, A&R (trabajan activamente con el/la artista), marketing, promoción, *product management*, *new media*, producción, finanzas, legal, internacional.

“En 1983, las 5 majors de la industria internacional eran CBS y WEA (Estados Unidos): Polygram y EMI (Europa) y RCA/Ariola (Germano-americana). En 1984 estas empresas controlaban el 60-67% del mercado con cifras mundiales facturando un total de 4.044,4 millones de dólares” (Zallo, 1988, p.92). En 1985, *The Rock Handbook* cataloga 54 sellos discográficos de *majors* (Clifford, 1986).

Hoy, entre las distribuidoras de sellos *major* vigentes enumeramos: EMI (distribuye Capitol y Virgin); Sony (Columbia, Epic, J, Jive, y RCA Records); Universal (Universal, Interscope/A&M/Geffen, MCA, Island/Def Jam, Motown); y WEA (Warner Bros., Elektra, Atlantic). Un dato de 2019 es que la cuota de mercado total de música grabada en todo el mundo por sello se distribuye entre Warner Music Group (16%), Universal Music Group (31.8%), Sony Music Corporation (20.3%) y los independientes (31.9%).<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Statista Research Department (2021, Jan 8). Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/947107/recorded-music-market-worldwide-label/>

En la fabricación de una estrella musical no sólo concurren una buena historia -modelada previamente por el/ la propia artista, con apoyo de su compañía discográfica, o bien acompañada de los medios de comunicación, o ambos-; sino quién detenta el control de su carrera es el *management*. Su rol es clave en la toma de decisiones empresariales y en el proceso creativo del/ la artista: desde la selección de temas, a la búsqueda de una banda o de profesionales de la producción o la fotografía. Este departamento ampara a su artista promocionando y coordinando su campaña de publicidad, dirigiendo al equipo formado por juristas, *business managers*, agentes y finalmente coordinando conciertos con el/la agente con el propósito de obtener el máximo de beneficios de las campañas promocionales (Passman, 2006).

Las divisiones de la compañía discográfica que otorgan máxima visibilidad a las/los artistas en el mercado comercial son los departamentos de promoción, marketing, *management* y en ocasiones los/las promotores/as de conciertos que actúan como intermediarios/as con los medios de comunicación. Estos departamentos ejercen de proveedores de contenidos de audio/video que serán distribuidos a periodistas musicales, profesionales de la crítica musical, *discjockeys*, a los colectivos de la educación y ser emitidos en radios, televisiones, periódicos, revistas, carteles, películas, libros y grabaciones y hoy, por supuesto, a través de los canales digitales.

En orden de importancia destaca el departamento de *A&R*<sup>29</sup> (*artist and repertoire*) cuyo cometido es el de descubrir, firmar y guiar talentos, pero también con las tareas de producción y supervisión de sesiones de grabación, e intervención en el proceso de elección de temas y publicación de los más apropiados para su perfil de artista.

El criterio y rol de la división de *A&R* en la contratación de nuevos artistas repercutirá directamente en ventas y ganancias, y la elección de dichos talentos -mediados por el aspecto físico, sexualidad, novedad y tendencias otorgarán una función de “*gatekeepers*”<sup>30</sup>. Finalmente, tanto periodistas como productores/as de su departamento de *A&R* acabarán por seleccionar las campañas más útiles para la promoción de sus artistas, ello incluye anuncios de radio y televisión, entrevistas de prensa y sesiones fotográficas.

---

<sup>29</sup> *A&R* por sus siglas en inglés que significan Artist and Repertoire

<sup>30</sup> *Gatekeeper* voz inglesa que se emplea en comunicación para denominar a la persona, grupo o institución que tiene un control sobre la información y, por lo tanto, posee la capacidad de decidir qué se publica o emite, de qué forma y en qué cantidad. En prensa esta figura está representada por el director y los redactores jefes. Recuperado de: <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/gatekeeper>



Hooper (2019) puntualiza: “music industry gatekeepers come in numerous forms, with a variety of roles, levels of status and levels of direct connection to content creators themselves” (2019, p.137). Así lo confiere también Lopes (1992) respecto a las radios y más adelante con la aparición novedosa y diversificadora de los videos musicales en los 70s y los 80s: “these channels serve as gatekeepers and can either block or facilitate exposure of new musicians or musical styles” (1992, p. 67).

En los años 1950- 1960, ser *A&R* significaba ser especialista en cubrir todas las áreas del sector de la industria musical, desde la producción a la comercialización. En esta época, los estilos como el *R&B*<sup>31</sup> y el rock, lograron una nueva expansión gracias a la labor promocional de las radios y la pujanza económica propiciando la aparición de sellos independientes.

Major record companies since the late 1960s have established a different strategy to develop and produce contemporary music far different from the strategy they used previously: instead of the “closed” system of in-house development and production characteristic of the 1940s and 1950s, major record companies have established an “open” system that incorporates or establishes a number of semiautonomous label division within each company, which then establish links with smaller independent labels and record producers. (Lopes, P, 1992 p. 57)

Entre los años 1960-1980, el escenario competitivo entre sellos introduce una nueva fórmula: la compañía multidivisional. Es el caso de la *major* Warner, que acaba absorbiendo los sellos independientes más exitosos: Atlantic, Elektra y Asylum. En los años 1970, las *majors*, apostaron por rastrear y publicar los nuevos estilos que surgían en la nueva ola británica, los grupos psicodélicos y de garaje californianos, así como el rock progresivo y por supuesto el punk.

En 1976, en concreto, el mayor contingente de álbumes vendidos provenía del otro lado del Atlántico. Bromberg (1989) señala que fue Malcolm McLaren, un neófito en la industria del Reino Unido, quien inquirió a EMI -la mayor discográfica del país de donde procedían Beatles y Rolling Stones- para que publicaran a la banda que acababa de manufacturar, los Sex Pistols: “... they weren’t just any old punk band, but the chief antagonists of a profound struggle to breathe some life into the industry” (1989, p.123).

---

<sup>31</sup> R&B, es la abreviación *rhythm and blues* o R'n'B. Pasó de ser un género musical popular afroamericano originario de EE. UU. en los años 1940 a constituir la base musical para el desarrollo del rock and roll. Sus raíces el blues, el jazz y el góspel aunque en los años 1970 se convirtió en un término genérico que incluía la música soul y el funk.

A partir de los años 1980, y debido a la crisis de ventas, la reestructuración de empleos y la gran competencia entre catálogos, la industria receló del futuro de los departamentos de *A&R*. La irrupción del nuevo formato digital *CD* (Compact Disc) implicó que las *majors* recuperaran los catálogos musicales del pasado ampliando su repertorio de clásicos. La industria empieza la transformación necesaria e imparable de soportes y expansión internacional (Insunza, 2016) y en última instancia será la tecnología la que permitirá la emergencia de sellos pequeños auspiciando nuevos talentos.

### 2.4.1. El rol de las compañías independientes en la cristalización del punk

El término *indie* (abreviación de rock independiente), surgió originalmente para denominar a las instituciones independientes de la industria cinematográfica, y después, para categorizar a una banda o a un/a productor/a musical. “Indie is a contemporary genre which has its roots in punk's institutional and aesthetic challenge to the popular music industry but which, in the 1990s, has become part of the ‘mainstream’ of British pop” (Hesmondhalgh, 1999, p.34).

Durante la vigencia del género punk, los sellos independientes se erigen como los aperturistas que se interesan por diversificar la música, descubriendo nuevas voces, reflejando más creatividad y multiculturalidad a través de su repertorio de artistas. “Major record companies have adopted a multidivisional corporate form linked with a large number of independent producers” (Lopes, 1992, 70).

En estos años, y a nivel global, las ideologías *DIY* y la evolución tecnológica, favorecieron que los grupos independientes establecieran sus propios estudios de grabación de forma modesta autoproduciendo su música y proporcionándoles autosuficiencia de los sellos comerciales. El papel diversificador de estos sellos, con sus políticas creativas y de promoción, favoreció el encaje comercial para la mujer. Este hecho, según subraya Lieb (2013), no las exime de presuponerles un público potencial más minoritario y siempre a costa de enfatizar su imagen, a diferencia del hombre a quienes se les subraya su destreza técnica.

Independence meant self-financing the recording and distribution of music, operating on hand-to-mouth budgets and trading with like-minded partners in independent record shops and the scratchy network of fanzine editors and concert promoters that, along with the paternal figure of John Peel, represented an alternative media.<sup>32</sup>

Distinguimos dos categorías de compañía independiente:

- las distribuidas por una *major* -no disponen de staff y únicamente contratan artistas para los grandes sellos, pero sin grabarles sus discos- (Ilustración 6).
- y las *indies* (Ilustración 7).

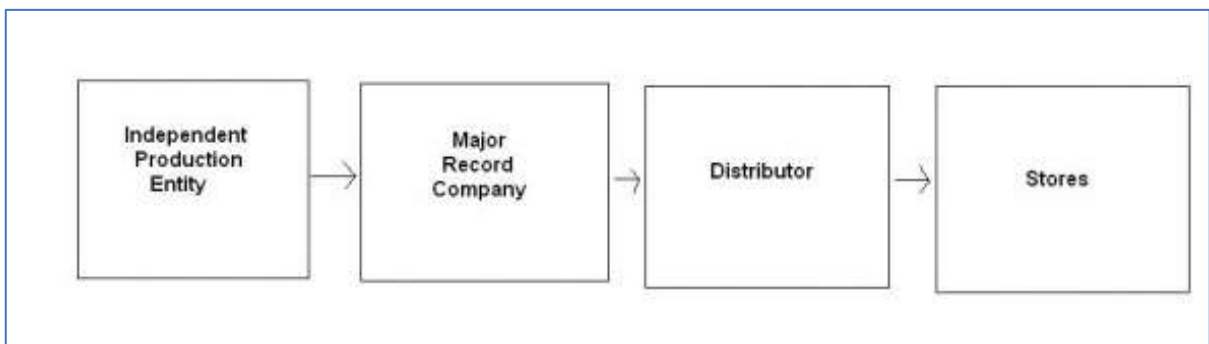


Ilustración 6: Estructura de distribución de una compañía discográfica independiente por una major (Passman, 2010 p.64)

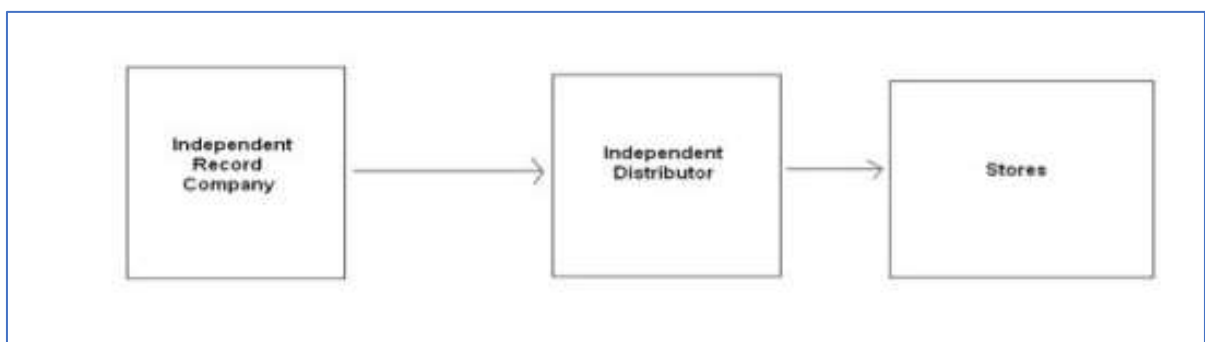


Ilustración 7: Estructura de distribución de una discográfica independiente (Passman, 2010 p.65)

<sup>32</sup> King, R. (2012, 22 Marzo). How indie labels changed the world. *The Guardian*. Recuperado 29 Abril de 2020 de: <https://www.theguardian.com/music/2012/mar/22/indie-record-labels-changed-world>

Algunas de las *indies* norteamericanas más notorias son: *Sun Records* (1952), *Stax* (1961), *I.R.S. Records* (1977), *Slash* (1978), *Enigma* (1980) y *A&M Records* (1962) -que fue una de las *grandes indie*s hasta su adquisición por parte de *Polygram* en 1989. Su misión, a diferencia de las *majors*, era descubrir nuevos artistas, hecho que favoreció que muchos grupos punk firmaran contratos arropados por unas producciones de alto nivel. Es el ejemplo que proporcionan discográficas británicas como *Island* (1959), *Mute* (1978), *ZE Records* (1978) *Factory* (1978), *4AD* (1980), *Creation* (1983), *Cherry Red* (1978) o *Rough Trade* (1978) -una de las compañías británicas que rubricó a más grupos punk-, aunque la más popular fue *Stiff* (1976) que creció a costa de los grupos que eran descartados por las *majors*.

So, you ask, how does a major distributor run an independent one? The answer is that they use the same infrastructure to do the shipping, paperwork, but they have different sales staffs for the indie product. For example, if you are an independent label, it's a big deal to get an order of 2.000 CDs. That'd be a reason to celebrate. On the other hand, a major label would yawn over an order for 75.000 units. So, the whole indie distribution company is geared to this smaller scale, meaning the employees are paid commissions and bonuses based on the reality of what they can do (Passman, 2006, p. 65).

Algunos grupos prefieren buscar mejores oportunidades cambiando de una producción independiente a un sello *major* especialmente para obtener una distribución amplia en el mercado con una producción de mayor inversión.

Para entender la composición del **mercado musical estadounidense** en la primera parte de la década de los ochenta, puntualizaremos que en él conviven varios soportes. Se trata de una de las estrategias que generan viabilidad en el mercado, una necesidad de innovación y diversidad en la industria de la música popular contemporánea (Lopes, 1992). Los más difundidos eran el disco (*LP*) y el *cassette* -el *walkman* fue introducido por Sony en el mercado en 1979-, seguido del *CD*, que fue introducido por Sony y Philips en 1983, comercializándose como un nuevo producto de mayor calidad. El dato económico (Ilustración 8)<sup>33</sup> relevante, es que las ventas de *LP's/EP's* equivalían a un volumen de 649 millones de unidades (47'5%) -por encima del *single* (24'2%) y del *cassette* (15'3%)- pero a partir de 1985 empieza su declive hasta un 25'7% (Ilustración 9). En cuanto a su rentabilidad, Zallo (1988) apunta que "de los 4000 *LP's* y 6000 *singles* que se editan cada año solo un 3% de media recibe una fuerte promoción. Sólo un 25% de *LP's* y un 20% de *singles* son rentables" (1988, p.52).

---

<sup>33</sup> <https://www.riaa.com/u-s-sales-database/>

### U.S. Recorded Music Revenues by Format

1980 to 1985, Format(s): All

Source: RIAA

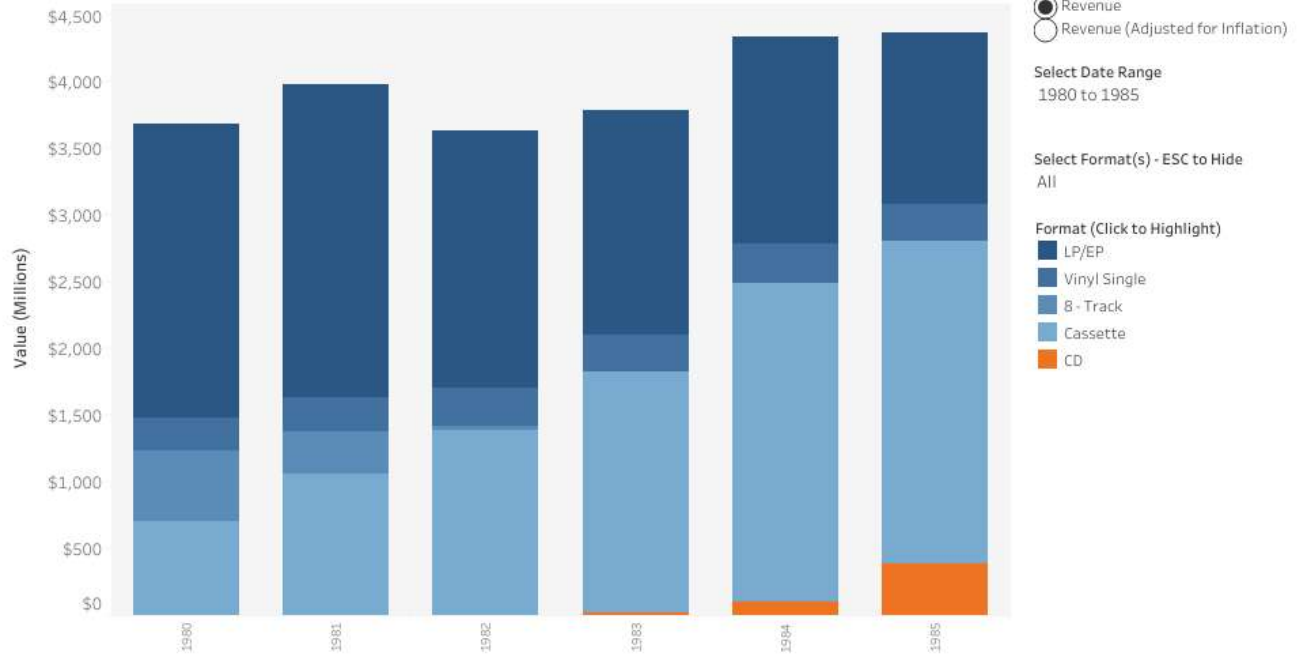


Ilustración 8: U.S. Recorded Music Revenues 1980-1985  
 Source: Recording Industry Association of America.

Respecto al **mercado musical del Reino Unido**, observamos (Ilustración 9) que a partir de la segunda mitad de los años ochenta, las ventas de *cassette* (MC) superan a las de vinilo convirtiéndolo en un producto de coleccionista. “The short recession of the UK recorded music market in 1980, thus, was mainly caused by format change from vinyl to the MC with the second oil crisis as economic background”<sup>34</sup>.

<sup>34</sup> “The recession in the music industry – a cause analysis” (Peter Tschmuck, 2017). Business Music Research. Retrieved May 2019.  
<https://musicbusinessresearch.wordpress.com/2010/03/29/the-recession-in-the-music-industry-a-cause-analysis/>

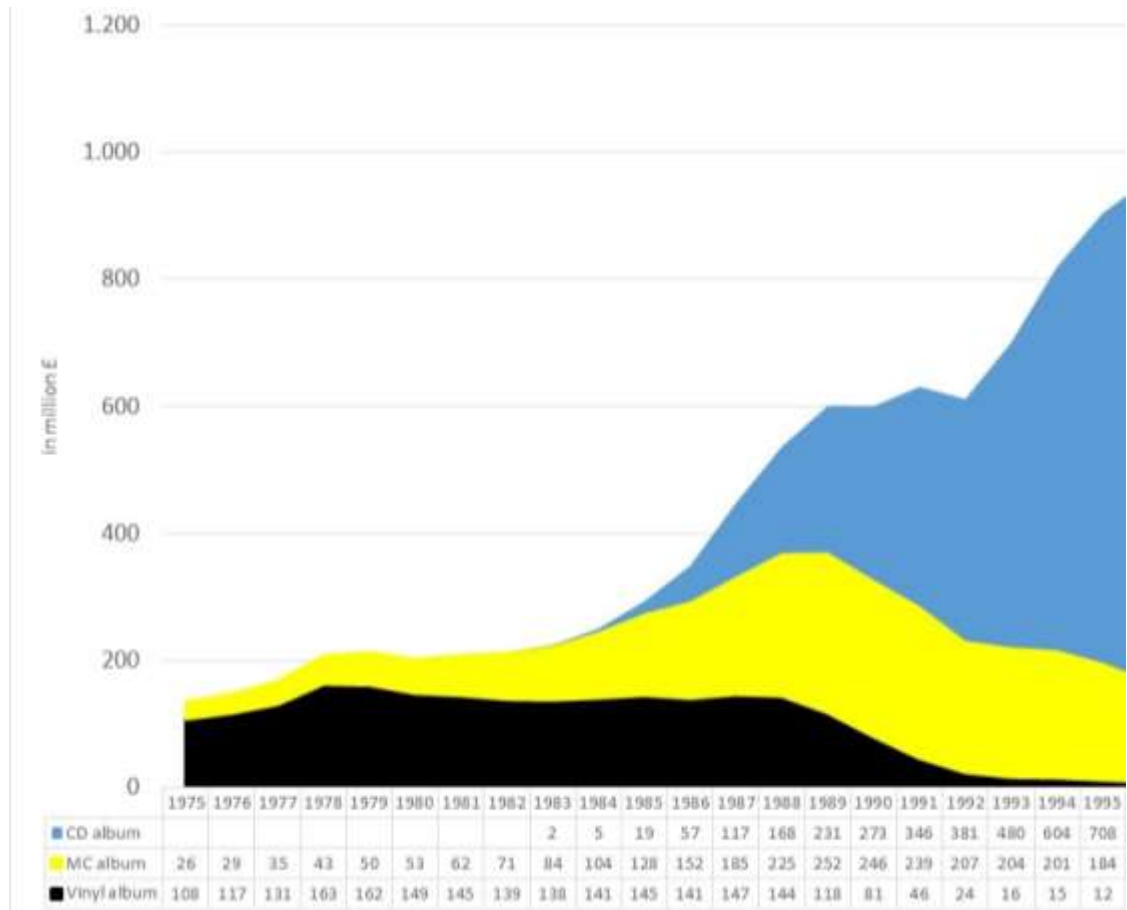


Ilustración 9: U.K album market (by physical format), 1975-1995. Source: BPI (British Phonographic Industry)

En este horizonte, el advenimiento del punk propició que la industria musical británica ampliara su área de influencia a las demás regiones de la geografía. Long (2012), asegura que antes del fenómeno, cualquier grupo que quisiera triunfar debía ir a Londres. A partir del punk, prosperaron nuevas escenas musicales en todas las ciudades, especialmente en Manchester. Zallo (1988) constata que, efectivamente, la distribución mundial de las discográficas se sostenía sobre una red de sucursales de distribución y una red de múltiples centros de producción. Estas compañías eran capaces de llevar a cabo ediciones ventajosas en cada ámbito de sus exclusivas internacionales, así como producir lanzamientos de autores nacionales desde centros locales y proyectarlos, en algunos casos, a mercados internacionales.

A principios de los años ochenta, el **mercado musical en el territorio español** era muy inestable y respondía a las características de un mercado emergente que estaba configurando sus líneas de actuación provocando competitividad e incertidumbre sobre los resultados de las promociones de las compañías discográficas (Viñuela, 2007). Ordovás (1987) sugiere que la distribución masiva de los sellos independientes cambió en 1984 cuando fueron absorbidos por las multinacionales que mantuvieron estas marcas para asegurarse al público

Mientras en 1982 en los Estados Unidos se llegaron a contabilizar 1.000 sellos independientes, en España, había más de 200 entre ellos: *D.R.O*, *PDI*, *Nuevos Medios*, *Tres Cipreses*, *Twins*, *G.A.S.A* (Zallo, 1988). En este contexto convivían los productos nacionales -y locales- de corta tirada a cargo de pequeñas discográficas -o financiados por los propios intérpretes con productos especializados para públicos fijos-, junto con productos nacionales de amplio mercado con calidad y tiradas medias de entre 10 mil y 50 mil ejemplares (Zallo, 1988).

Como dato representativo, en 1982, el coste de grabación de una maqueta de 4 temas en el transcurso de 7 horas de estudio -según testimonio de Gil (2019), miembro del grupo español Brighton-64- representaban 12.077 pesetas (412€ actuales)<sup>35</sup>. Zallo (1998) añade que la grabación de un *single* alcanzaba un coste de 100.000 pesetas (1.367€ actuales) y suponía unas 20 horas de estudio a las que habría que agregar la portada -un elemento importantísimo de identidad estética - y “el corte”. El importe total de una tirada de 1.000 ejemplares ascendía alrededor de 200.000 pesetas (6.838€ actuales).

El *hardware*, como advirtió Malcom McLaren, provocó un cambio histórico en la forma que la juventud consumía la música. Los discos ya podían ser grabados en cd, la música de la radio también: “kids were the new pirates! Kings of the Wild Frontier!” (...) “cassettes would slowly take the place of records and home taping would ultimately subvert the copyright and royalty process which companies make their money” (Bromberg, 1989, p.220).

---

<sup>35</sup> Para equiparar el precio actual equivalente a un precio de un bien o servicio del que conocemos el valor en una fecha pasada -origen-, utilizaremos el llamado “índice acumulado de inflación entre 2 fechas”, que nos indica el valor por el cual hay que multiplicar el precio origen para encontrar el precio equivalente actual. Este índice acumulado de inflación (IAI) depende del tipo de divisa que se considere, y también del país en el que queremos realizar la comparación. El IAI corresponde al cálculo matemático derivado de las inflaciones anuales del país en cuestión, para la divisa considerada, según recogen las tablas oficiales publicadas al respecto. El cálculo lo hemos tomado de <https://fxtop.com/es/calculadora-de-inflacion.php?A=100&C1=EUR&INDICE=ESCP12013&DD1=31&MM1=01&YYYY1=1977&DD2=27&MM2=04&YYYY2=2020&btnOK=Calcular+equivalente>. De acuerdo con el índice ESCPI2013 (Instituto Nacional de Estadística) la inflación acumulada en el período (1980-2020) es de 468,94%. El equivalente de 1 PTA a 01 de Enero de 1980 es de 5,6894 PTA a 1 de Enero de 2020, o, de manera equivalente, 0,03419 Euros.

La industria discográfica prosiguió su innovación y engrosando sus ventas. Como ejemplo, el catálogo de *cd's* en Norteamérica alcanzaba los 10 mil títulos en 1985 -en España no superaba los 4 mil y el coste del aparato reproductor de *cd* oscilaba entre las 90 mil y 200 mil pesetas-. “The *CD* along with the launch of MTV (1981) and a strategic shift by the major record companies from music market segmentation of the 1970s to superstar pop of the 1980s fueled the recorded music sales boom of the early 1990s after a further transformation from the MC to the CD format”<sup>36</sup>.

## 2.4.2. Gatekeepers de la industria y los medios de comunicación

En el análisis del funcionamiento de la industria musical convencional nos referiremos a los mecanismos que participan en la exclusión de la mujer siendo el caso de los *gatekeepers* el sistema de validación que garantiza a los nuevos talentos la oportunidad de ingresar en el anhelado *star sytem*.

El primer filtro de selección de un/una artista de un sello discográfico lo conforman la presidencia y los departamentos de *A&R* y publicidad. El segundo filtro está integrado por un entramado de creadores de opinión que comunicarán a qué artistas promocionar desde las revistas musicales especializadas, desde las radios o las tiendas físicas y las compañías promotoras de conciertos.

Lieb (2013) se refiere a estos *gatekeepers* como intermediarios/as culturales, entre los cuales se hallarían periodistas, críticos/as musicales y responsables de las listas del *Billboard*<sup>37</sup>, programadores/as y empresarios/as de las estaciones de radio y en sentido ascendente, las cadenas de televisión, empresarios/as cinematográficos y productores/as. Hooper (2019) en el estudio de estrategias para solucionar el desequilibrio de género en la creación musical sugiere que los *gatekeepers* no solamente detentan numerosos niveles y roles de conexión con los/las artistas: “Gatekeepers are those who, very often, mediate not just between artists and audiences, but between artists and *opportunity*” (2019, p.137). En la actualidad esta función la detentarían los equipos comerciales que gestionan plataformas digitales musicales, *bloggers*, *podcasters*, grandes comercios como Amazon, las revistas de celebridades o los concursos televisivos que incorporan la música como elemento.

---

<sup>36</sup> “The UK recorded music market in a long-term perspective, 1975-2016” (Peter Tschmuck, 2017). Business Music Research. Retrieved May 2019. <https://musicbusinessresearch.wordpress.com/2017/07/30/the-uk-recorded-music-market-in-a-long-term-perspective-1975-2016/>

<sup>37</sup> *Billboard* es la publicación profesional considerada la biblia de la industria musical (Darías de las Heras, 2018). Inicia su andadura en 1894 y es creadora de los charts más influyentes de Estados Unidos. Está considerado el estándar de la industria y la fuente más fiable de información.



La simbiosis que ejerce la industria musical, y su efecto manipulador en la crítica, implica un servilismo de la prensa alrededor de la maquinaria que rodea a la música popular. Los ejecutantes de estos procedimientos han influido en las carreras de muchas artistas que han sido promocionadas por sus discográficas legitimando grandes desigualdades en los diferentes estilos musicales. El crítico de rock, especialmente en la época de estudio, se apropia de una estética cercana al de la *rock star* actuando como *gatekeeper* de los privilegios del patriarcado. Los perfiles son compatibles, en algunos casos, con personalidades arrogantes, osadas y una mayoría de ellos, actuando como profesionales sin preparación musical o formación específicas en la materia.

En la introducción crítica sobre el rol de la mujer en los medios Byerly & Ross (2006) sostienen que la ínfima proporción de mujeres trabajando en los medios deja patente que el problema no es sólo de las redacciones de noticias, sino de la industria de los medios de comunicación en general. En la cultura de las redacciones tradicionales la pugna de la mujer por su inclusión depende de factores personales, profesionales y de sus experiencias. Byerly & Ross (2006), enumeran unas estrategias a considerar para evitar la omisión, la trivialización de su trabajo o la estereotipación. En su opinión, la mujer periodista puede optar entre: la “incorporación”, supone adoptar un estilo y valores masculinos, ser uno de los nuestros, la “estrategia feminista”, consiste en aportar conscientemente la voz alternativa, y la tercera es “retirarse”, escogiendo trabajar como *freelance* antes que continuar en las batallas del medio de comunicación.

Reddington (2012) por su parte, hace alusión a la mujer *gatekeeper* que se enfrenta al doble dilema de complacer los intereses de los hombres de su entorno. “A woman gatekeeper also had a double problem: both of asserting her own views and also asserting the right of women to perform at all in the rock environment, let alone as equal instrumentalist” (2012, p.179).

Lillian Roxon,<sup>38</sup> periodista australiana y autora de la elogiada Enciclopedia del Rock publicada en 1969, fue una de las primeras autoras en tratar la música popular como un fenómeno social importante. En su biografía menciona cómo actuaban los *gatekeepers* en la redacción de un medio musical, y aporta un episodio sexista protagonizado por una de las jóvenes periodistas a quien protegía.

---

<sup>38</sup> “The female eunuch” de la escritora e investigadora Germaine Greer, publicado en 1970 está dedicado a Lillian Roxon. Este libro maldito de Greer defiende la hipótesis de que la sociedad moderna atenta contra los impulsos de la mujer, la vuelve un objeto consumista, frívolo, la induce a convertirse en un vórtice o núcleo familiar, lo cual absorbe por completo su vitalidad, en otras palabras, la convierte en un “eunuco”.

Back then, rock music and rock writing was very much a boy's club. Women were not taken seriously. I was once told by the publisher of a magazine I was writing for, after I refused to give him a blow job as a trade for an assignment covering the Who at an arena in Washington D.C. "What's the big deal? You're a groupie." I replied, "I'm a woman who writes about rock and roll." His answer: "Same difference". (Milliken, 2002, p. 208)

En 2017 el movimiento #MeToo de justicia social contra el acoso sexual, puso de manifiesto cómo en la década de 1990 los *gatekeepers* de la industria cinematográfica incurrieron en la compra de favores destapando la manipulación ejercida por Harvey Weinstein a las instituciones más poderosas de Hollywood. En la industria de la música, esta práctica se denominó *payola*<sup>39</sup> y tuvo su momento de auge a principios de los años 60 cuando las discográficas compensaban a los disc-jockeys de las radios para que emitieran discos de rock'n'roll solicitados influyendo en la promoción y ventas de determinados artistas.

El origen de la *payola* se remite a los años 20 y se prolonga en las décadas de 1930 y 1940 durante la aparición de las *big bands*. En el marco de la industria norteamericana de los años 1970, esta táctica conspirativa, que se ha mantenido hasta hoy, conllevó la creación de organizaciones como *The Network* cuyo entramado lo conformaban promotores independientes que recibían favores de las discográficas y que luego pagaban a los directores de programación. En 1985 los sellos llegaron a pagar colectivamente a estos promotores hasta 80 millones de dólares. A partir de los años 1990, cuando se inició el declive del poder del promotor independiente, los sellos volvieron a tratar directamente con las emisoras de radio. Uno de los pioneros en esta práctica en 1986 fue el promotor Jeff McClusky.

He pioneered the practice of providing "budgets," or annual fees, to radio stations, which would use the money to finance contests or other promotions. In exchange, a broadcaster would make him its "exclusive promoter," setting him up as a gatekeeper the labels would have to deal with -- and bankroll<sup>40</sup>.

---

<sup>39</sup> La *payola* fue prohibida y, al no poder efectuar pagos en metálico a los *disc-jockeys*, algunas discográficas desarrollaron medios más sutiles para evitar ser investigados, servicios que incluían viajes, fiestas e incluso royalties.

<sup>40</sup> Manly, L. (2005, July 31). How Payola Went Corporate. *The New York Times*. Recuperado 28 junio 2020, de: <https://www.nytimes.com/2005/07/31/weekinreview/how-payola-went-corporate.html#:~:text=Mr.,deal%20with%20%2D%2D%20and%20bankroll>

El formato radiofónico que dominaba las ondas en los 80 era de una lógica conservadora y tendencia a la homogeneización, pero tanto consultores como compañías envasaron otros más nuevos y exitosos, como el CHR Contemporary Hit Radio o AC Adult Contemporary (Lopes, 1992). En Barcelona, el periodista español Josep Lluís Merlos, uno de los *disc-jockeys* del espacio radiofónico “*Los 40 Principales*” (Radio Barcelona FM) describe en este ejemplo la radio fórmula vigente en 1982. La programación era dividida en segmentos horarios de 5-7 minutos a modo de porciones de diferentes colores: verde, rojo, azul, rojo, blanco y negro y en función de la catalogación de los éxitos, unos colores se repetían con más frecuencia que otros. El repertorio se clasificaba según intereses promocionales, y las prebendas otorgadas por las compañías discográficas (EMI, Sony, CBS, Ariola, RCA) a las emisoras para intensificar su radiación, un incremento de la promoción de los discos que redundaba en los hipotéticos compradores: su audiencia. Los objetivos promocionales eran, en realidad, objetivos económicos, cometido que recaía en la figura de los *A&R* que visitaban las redacciones y a sus *disc-jockeys* a quienes daban a conocer las últimas novedades discográficas y eran obsequiados con entradas a conciertos.

Se establecía una relación de complicidad entre los *disc-jockeys* y los encargados de promocionar la música y el producto que vendían. Este era el funcionamiento de la radio fórmula, una receta que no solamente se utilizaba en Radio Barcelona FM, sino en otras emisoras como Radio Minuto o Radio Reloj de España y muchas más que también funcionaban según este criterio<sup>41</sup>.

En el debate sobre la ética de la crítica musical, Darías (2018) se pregunta si esta crítica se ha industrializado como resultado de la influencia estructural de la industria musical, en cuanto que actúa en calidad de anunciante en los medios: “Esta influencia no es directa, como lo pueden ser las formas de *payola*, sino que se trata de un efecto más general que resulta de una relación simbiótica en la que la industria recibe visibilidad para sus productos, y los críticos reciben acceso a los discos, entradas a conciertos y la sensación de sentirse parte del circo que rodea a los artistas” (Darías, 2018, p.80).

En la comprensión de la dimensión simbólica de los argumentos y datos aportados surgen resultados que serán interpretados para dar respuesta a las cuestiones que van surgiendo en la investigación (Soriano, 2007). En el siguiente capítulo ofreceremos datos objetivables del *staff* de las redacciones de medios musicales segregados por género y cómo, en algunos casos, la discriminación hacia la obra de las mujeres artistas se correlaciona con una falta representación de profesionales en estos espacios masculinizados.

---

<sup>41</sup> Entrevista telefónica realizada el 27/6/2020.

### 2.4.3. Periodismo musical hecho por mujeres

La crítica del rock en los años 1975-1985, como veremos en el análisis cuantitativo, era mayormente la voz del patriarcado evaluando la diferencia de ser mujer con estereotipos sexistas. En las revistas examinadas es exiguo el porcentaje de los artículos y entrevistas redactados por mujeres. En el staff de Rolling Stone (Estados Unidos), 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), sintetiza la exclusión de la mujer en la prensa musical con una única colaboradora, Patricia Godes, quien araña unas páginas a lo largo de los doce ejemplares publicados en 1980.

"*Rock she wrote*" (1995), es una de las *herstory* -una experiencia musical en femenino- que ha llegado hasta hoy y reivindica las aportaciones de más de 60 mujeres en el periodismo musical entre escritoras, investigadoras, periodistas e intérpretes, y donde se citan a otras 93 mujeres que forman parte de la historia escrita de la música. En esta obra colectiva ellas aparecen como sujetos, como expertas sobre la cultura de la música popular, en control sobre sus carreras y denunciando el sexismo en la música.

Entre los ejemplos, "*Rock around the cock*" de Patricia Kennealy -Morrison, editora de la revista norteamericana *Jazz&Pop* entre 1968-71: "rock is just another dismal male chauvinist trip" (Kennealy -Morrison, 1970, p.363). Y el artículo "*The Fallacy of feminism in rock*", publicado como editorial en la revista *Keyboard* (1990) dónde la teclista Margot Mifflin reitera que la mujer en las revistas de rock no acapara noticias, ni entrevistas, no aparecen como sujeto sino como adorno en los anuncios: "the progress of feminism was negligible in the eighties" (Mifflin 1990, p.77).

Destacamos asimismo las sagaces denuncias de Cheryl Line, ensayista en el *rock'zine Bitch* sobre sexismo y la misógina en las letras de temas populares de The Beatles ([Run for your life](#)) o Elvis Presley ([Let's play house](#)). Lyne admite convencida que en el rock hay poco espacio para la mujer: "If you're looking to rock music for signs of great leaps for womankind, you're looking at the wrong place" (Cline, 1987, p.371).

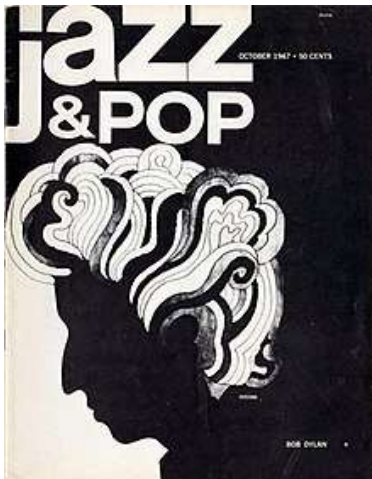


Ilustración 10: Jazz & Pop. Octubre 1967. Portada de Milton Glaser



Ilustración 11 Contemporary Keyboard Magazine. October 1980. Portada: Christine McVie



Ilustración 12: Bitch Magazine Summer 11. Issue No. 51

Reddington (2012), en su investigación sobre papel que tuvieron los medios en dar a la mujer su lugar en la historia del rock, y en la historia social de las mujeres, se pregunta: “How could the music I had been involved with have felt so important and revolutionary at the time, yet have made no impact at all on the history of rock and roll?” (2012, p.178).

En el caso del punk, la autora concede que dicho entorno favoreció que las mujeres participaran activamente como guitarristas, bajistas, teclistas, baterías tocando en bandas en la Inglaterra del 1970-1980 como resultado del entorno ético del punk rock. Una conclusión con la que también coincide Berkers (2012) en su estudio sobre los roles de género y las feminidades punk en Holanda entre 1976-1982.

Lucy O'Brien (2018), periodista y ex colaboradora de la revista británica NME (New Musical Express), describe como en los años 1980 las mujeres profesionales en la música: “were ostracized and not taken seriously by the paper”<sup>42</sup>. O'Brien describe específicamente la falta de voces de comentaristas femeninas sobre una historia que está enterrada; la protagonizada por las mujeres en el punk fue sencillamente ignorada y opina que es vital que hoy se reseñe qué ocurrió en la industria musical en otras geografías.

<sup>42</sup> En entrevista telefónica realizada 19/2/2018.

Utiliza el término “*untold stories*”, historias no contadas, para expresar que estas mujeres desean ser incluidas en la narración de la historia porque se sienten autorizadas y seguras de mostrar sus puntos de vista. O’Brien ratifica que, aunque hoy hay más mujeres periodistas, a ellas no les asignan reportajes sobre la música hecha por hombres. La industria musical, remata O’Brien, es responsable de otras injusticias en el tratamiento a las mujeres: “As long as they persuade female stars to take off their clothes to sell records, there’s not going to be a Culture of Respect. They are valued by their looks not for their skills”.

Sylvie Simmons, historiadora británica de rock, y una de las pocas mujeres en ser incluidas en la élite del rock masculino, fue corresponsal en Estados Unidos para la revista musical *Sounds* donde firmaba con el seudónimo Laura Canyon. Simmons colaboró, entre otras publicaciones británicas, en *Cult*, *Mojo* y *Creem magazine*, donde fue editora jefa, pero nunca estuvo interesada en llegar a dirigir ningún medio. Durante su traslado a Los Angeles (1977-1984) fue la única mujer con acceso a espacios muy masculinizados tanto en las redacciones como en la industria<sup>43</sup>. Simmons manifiesta que, a diferencia de los sellos independientes donde había más mujeres en puestos directivos, el sector de las *majors* “is the wild west”. Menciona a artistas con gran talento como Exene Cervenka y concluye que la filosofía *DIY* en la cultura punk ofreció un ámbito inclusivo para las mujeres duras que competían por la misma visibilidad que los hombres.

Es preceptiva la omisión de relatos de las mujeres profesionales en el periodismo musical. Si bien se citan en abundancia los nombres propios de autores norteamericanos como Greil Marcus y Lester Bangs, es notable la ausencia de mujeres en el relato de la historia. Los nombres de Kristine McKenna, Pleasant Gehman, Evelyn McDonnell, Gina Arnold, las mencionadas Sylvie Simmons y Lucy O’Brien, y artistas-periodistas como Helen Reddington o Chrissie Hynde configuran un nuevo horizonte de investigación. En la geografía española donde la prensa musical es preminentemente masculina, como veremos en detalle, destacan excepciones como Patricia Godes, Mertxe Yoyoba o Bertha Yebra.

---

<sup>43</sup> En entrevista telefónica realizada el 26/5/2018

## 2.5. Particularidades del contexto histórico de cada país en la década de los 70.

Los contextos políticos y sociales en los tres países de estudio: Estados Unidos, Reino Unido y España nos sitúan en la comprensión del objeto de estudio ofreciendo un marco referencial desde donde rescatar y justificar la peculiaridad de la historia de la mujer en la música rock y en concreto en el género punk.

### 2.5.1. Estados Unidos

En el contexto económico y social posterior a la segunda guerra mundial, las industrias creativas en Nueva York, Los Angeles y San Francisco se constituyen como referentes en la creación de tendencias generadas por la vida social de sus comunidades artísticas.

Nueva York, a finales de los años 50, era el centro del jazz y de una efervescente escena literaria comandada por la generación Beat de donde surgieron legados ideológicos transgresores de escritoras como Diane Di Prima, Denise Levertov o Hetti Jones, y de autores como Jack Kerouak, William Burroughs y Allen Ginsberg que catalizaron en la contracultura norteamericana de la década de los años 60 del siglo pasado.

Las consignas sobre la liberación espiritual y sexual de la Generación Beat despertaron conciencias, y encontraron en el movimiento hippie, y en la música folk, la voz de esta protesta. En este entorno, surgen fuertes movimientos sociales pacifistas, y entre sus relatos, “la retórica del *black power* que conectaba con el discurso feminista” (...) “con su afirmación de raza en oposición directa a la cultura e instituciones americanas, así como su radical y urgente reinterpretación de su propia historia” (W.I.T.C.H, 2015, p. 19).

La década de 1960, más revolucionaria todavía que la anterior, debido a la coyuntura socioeconómica y política derivada de la Guerra Fría y las protestas contra la guerra de Vietnam, es prolífica en artes de vanguardia.

Los artistas del expresionismo abstracto propagan nuevos lenguajes radicales, entre ellos Willem o Elaine Marie de Kooning, Jackson Pollock, Mary Abbot, Perle Fine, Mark Rothko. Colegrave & Sullivan (2005), asocian sus tácticas de guerrillas a la pujanza en el nacimiento y desarrollo del *pop art*, cuyo lenguaje pretende reflejar la superficialidad de los elementos de la cultura de masas: la televisión, la publicidad y el cine. Una televisión que reforzaba la cultura dominante y aislaba las ideologías alternativas, sosteniendo el sueño americano, como también lo hacía la industria cinematográfica desde donde se construían creencias y difundían valores, sobre raza, clase, género y orientación sexual.

Uno de los artistas que supo conjugar este arte popular con la música fue Andy Warhol, un artista visionario que trabajó con filmes y música presagiando el futuro del punk como una forma de arte multimedia. El bastión desde donde se surtía de diversas formas creativas era *The Factory*, el estudio neoyorquino desde donde conectaba arte, música, moda, beatniks y punks. “It was the place where eccentric could feel at home, a precursor of New York’s nightlife scene of the 1970 and 1980” (Currid, 2007, p.27).

Warhol, en su perpetua búsqueda de tendencias, convivió con las industrias creativas y los intelectuales de Manhattan transmutando el mundo artístico en el del glamur y las celebridades, una tendencia que todavía hoy perdura. Si McLaren fue en Londres un acicate en la importación del punk americano, Warhol fue el originador de estéticas nihilistas adoptadas por los colectivos pre-punk en 1973, entre los que destaca *The Velvet Underground* y pioneras como Nico, Edie Sedgwick, Deborah Harry o Grace Jones.

En 1973, Estados Unidos sufrió una etapa económica negativa derivada de la crisis del petróleo, el embargo del oro negro conllevó una inflación fiscal, desempleo masivo y pérdida de valor del mercado inmobiliario y la sociedad americana vivió el fin de la guerra del Vietnam, en 1975, como el primer conflicto televisado de la historia. “The same period was marked by national social unrest. From Watergate to the Vietnam War to the aftermath of civil rights movement, America as a whole was significantly dissonant in its identity and social values, and New York more acutely than most places” (Currid, 2007, p.29).

Irónicamente estos factores desestabilizadores fueron decisivos en la creación de una vanguardia neoyorquina propiciando que, en barrios con rentas bajas como el Lower East Side, los artistas pudieran tocar y exponer en centros habilitados para ello, ya fueran clubs, salas de conciertos, cafés, galerías. En este contexto, la cantante, poeta y artista Patti Smith, al frente de su propia banda, inicia su carrera en 1972 convirtiéndose en una de las voces pioneras del punk. “Almost to a man, none of them warmed up the idea of a girl being the leader” (Smith, 2010).

Smith comparte escenario con *Velvet Underground* -éstos apadrinados por Andy Warhol- en locales como *Fillmore East*, *Max Kansas City* o *CBGB* -considerado la cuna del punk- junto a las primeras bandas de este género como *Television*:

I was in the first band that brought the club attention and in two others that played there steadily in the place’s earliest years as a rock and roll (cum “punk”) club, 1974-1977. Pretty much every weekend in that period you could see one or more of the following groups on CBGB’s stage: Television, the Ramones, Patti Smith, Blondie, The Heartbreakers, the Talking Heads, Richard Hell and the Voidoids, and the Dead Boys. (Hell, 2006, p.4)



Tom Verlaine y Richard Hell, de Television, son precisamente los autores de “Blank Generation” uno de los himnos generacionales del punk neoyorquino:

I was sayin' let me out of here before I was  
Even born, it's such a gamble when you get a face  
It's fascinatin' to observe what the mirror does  
But when I dine it's for the wall that I set a place

I belong to the blank generation and  
I can take it or leave it each time, well  
I belong to the generation but  
I can take it or leave it each time

Triangles were fallin' at the window as the doctor cursed  
He was a cartoon long forsaken by the public eye  
The nurse adjusted her garters as I breathed my first  
The doctor grabbed my throat and yelled, "God's consolation prize!"

I belong to the blank generation and  
I can take it or leave it each time, well  
I belong to the generation but  
I can take it or leave it each time

To hold the T.V. to my lips, the air so packed with cash  
Then carry it up flights of stairs and drop it in the vacant lot  
To lose my train of thought and fall into your arms' tracks  
And watch beneath the eyelids every passing dot  
I belong to the blank generation and...

En sus memorias Patti Smith desgrana detalles del estilo de vida bohemio de sus congéneres, entre otros el fotógrafo Robert Mapplethorpe, John Lennon y Yoko Ono, en el New York de 1968 cuando las rentas en su barrio en 24 Bond Street ascendían a 8 dólares al mes. “It was a cobblestone side street with garages, post-Civil War architecture and small warehouses that was now coming to life, as these industrial streets will, when pioneer artists scrub, clear out, and scrape the years from wide windows and let in the light” (Smith, 2010. p. 213).

En distritos como el SoHo, a muy pocos metros del CBGB, surgen las performances en vivo y los experimentos sonoros de artistas como Laurie Anderson y un grupo de bandas que se autodenominan *No Wave*. Entre 1975-1978 estas comunidades artísticas, lejos de las galerías de arte, se identifican con el estilo de vida nocturno frecuentando locales como *The Mudd Club*. Es el caso del pintor Jean Michel Basquiat, alrededor del cual gravitó el estallido de la cultura Hip Hop y el grafiti. El lenguaje del grafiti hablaba desde la calle y encontró en Keith Haring a su mayor activista (Hager, 1986) sin obviar a las pioneras de esta subcultura: Barbara 62, Eva 62, Michelle 62, Lady Pink o Charmin 65.

Desde los años 50, San Francisco (California) fue el centro de la contracultura y la protesta política con los beatniks y los profetas del *flower power* convirtiéndose en la capital mundial de la psicodelia y los hippies. Los Angeles, en cambio, asumió el liderazgo en las industrias de las artes visuales, la televisión, el cine y la música. John Doe, colíder de X, una de las bandas más carismáticas del punk californiano, acuña una descripción irónica y ácida del entorno sociopolítico del punk de los Ángeles de los años 70.

Saigon fell in 1975, ending Vietnam war. Hippies were turning into cultists and murderers. This Nixon guy seemed to have fucked up a lot of shit. Basically, it seemed folks were prepping for the arrival of four horsemen. In only few short years the hippies became unflinching heartless businessmen, greed was good, and Reagan would introduce Jesus Christ into the Republican Party. (DeSavia, 2016, p. 15)

El anti-consumismo punk con su ética *DIY* converge en un cambio de paradigma en la industria musical *mainstream* y en los medios de comunicación. En el nuevo horizonte mediático nacen las radios libres y las nuevas *Fm's* ejercen de soporte a la modernidad mientras que, en 1981, el canal televisivo de cable MTV, inicia una nueva fórmula de emisión de videos musicales guiados por las nuevas personalidades de la televisión, los *video jockeys*.

Moda, música y arte son las nuevas economías que buscan captar jóvenes ansiosos por aprender vívidamente sobre las nuevas tendencias con tanto o más poder que las de las finanzas, el mercado inmobiliario y las leyes (Currid, 2007). “The overall vision was about your attitude and how you present yourself to the world; how you think. The launch of *MTV* in 1981 galvanized the mass media into finally embracing the power of fashion as an extensive commercial tool. Punk sold newspapers and the new romantics, sold fashion” (Baron, 2016, p.33).

Las publicaciones *DIY* visibilizan a las pioneras de la escena punk norteamericana, Alice Bag (Ilustración 13) una de las voces entrevistadas para esta investigación procedente de Los Angeles en la portada de *Slash* fanzine que tuvo vigencia entre 1977-1980 en California o Patti Smith (Ilustración 14) en el fanzine *Punk* que debutó en Enero de 1976 en New York.



Ilustración 13: *Slash* fanzine publicado en Los Angeles. Ejemplar Mayo, 1978.

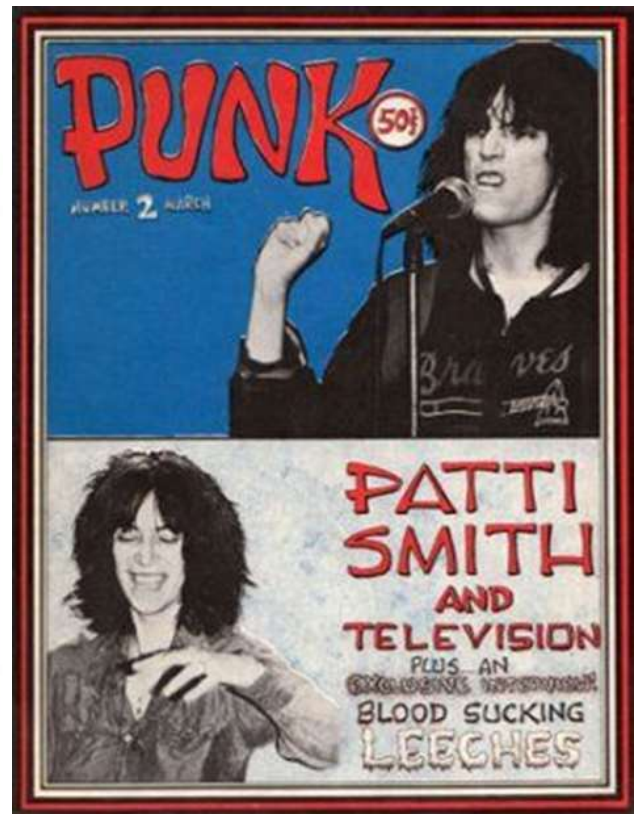


Ilustración 14: *Punk*, fanzine norteamericano publicado en New York. Ejemplar Marzo 1977.

## 2.5.2. Reino Unido

Los años 70 habían sido testigo de una de las crisis más intensas en el mundo Occidental, una crisis que afectó de forma contundente a la industria metalúrgica británica. En 1973, Gran Bretaña había entrado a formar parte de la Comunidad Económica Europea (CEE) y en el referéndum de 1975 vota por su permanencia de forma aplastante. Con la entrada en el mercado común, los sindicatos temían que la entrada de productos baratos del continente inundase Gran Bretaña con un consiguiente aumento de las cifras del paro. Este contexto político y social de fractura dividió el laborismo, radicalizó a sus bases militantes y facilitó que en 1979 Margaret Thatcher fuera encumbrada como la primera ministra del país.

A nivel global, el dominio colonial británico casi se había extinguido, y aunque algunos países independientes mantenían a la reina como jefa de Estado, la mayoría optaron por unirse al Commonwealth, la unión de todos los países vinculados por la historia al Reino Unido y a la monarquía. El contexto socioeconómico y político fue determinante en la eclosión de la cultura juvenil punk. La amenaza que les producían los privilegios de la realeza, o la brutalidad policial, trascendieron en hastío, exasperación, rabia y aburrimiento y lo canalizaron mediante la música y la contestación.

Vélez (2018) añade que esta música gritaba a las injusticias, haciendo política activa y luchaba por las causas justas contra el racismo y el sexismo, y dónde las mujeres tuvieron un rol importante convirtiéndose en referentes para la nueva generación.

Female punks passionately rejected the 1960's and 70's feminism and strayed away from society's labels until the very end of the era when a select few began associating themselves with movements or shallowly imitated movements. In favor of a more individualistic and complex vision, the female punk underground wanted nothing to do with feminism, finding its rules rigid and constricting. They didn't care for organized protests; in fact, few punk women were involved in institutionalized feminism and its practice. By simply entering the male turf and "accidentally" practicing feminism, female punks created a new type of feminism and femininity, one without deliberation (Gee, 2016, p.9).

El germen del punk se establece en el distrito de Shepherd's Bush de Londres en 1973 y aunque no se señale un año cero, su arranque se sitúa entre 1975-1976 con la aparición de Sex Pistols, grupo formado por Steve Jones, Paul Cook y Wally Nightingale. "Three working class truants obsessed with The Faces, Roxy Music and the harder-edged r'n'r bands of the mid-1960's procured by a variety of nefarious means the equipment necessary to form a band" (Worley, 2017, p.3).

El epicentro donde tomó forma la estética subversiva y *anti-establishment* punk fue la tienda de moda Sex de Londres. Sex originó la piedra rodante para que las nuevas bandas que surgían alrededor del punk construyeran flamantes señas de identidad que definirían la nueva cultura juvenil, y fueran lucrativas para las discográficas en boga como EMI y Virgin. Sus creadores fueron una carismática pareja formada por dos miembros del Bromley Contingent<sup>44</sup>; la diseñadora de moda Vivienne Westwood, y un joven emprendedor, y luego mánager de los Sex Pistols, Malcolm McLaren, a quien se le atribuye la visión comercial del punk.

---

<sup>44</sup> The Bromley contingent" fue un grupo de jóvenes que provenían de Bromley, un suburbio de Londres ubicado en el Condado de Kent que asimilaron que el punk era el vehículo perfecto para comunicar sus ideas y destruir el edificio caduco que representaba la mitología del *rock and roll*.

Uno de los detonantes que contribuyeron a la revolución mediática de los Sex Pistols fue la entrevista que realizaron en diciembre de 1976 con el presentador Bill Grundy en el programa *Today* del canal de televisión público británico Thames. Las circunstancias imprevistas ante la cancelación de una entrevista con el grupo Queen impulsó a EMI, su discográfica, a ofrecer como substitución a la nueva banda punk. Sex Pistols accedieron a acudir con invitados, entre ellos la cantante Siouxsie Sioux, quien impresionada ante la presencia de Grundy, recibió una réplica inapropiada del presentador levantando la confrontación, el caos y la agresión verbal de los miembros de Sex Pistols. Steve Jones, el guitarrista de la banda profirió el ya célebre insulto: “You dirty sod. You dirty old man!” “You dirty bastard... You dirty fucker,” “What a fucking rotter!”.

En la cultura de los años 1970, presentadores como Grundy eran denominados los “másters del universo”<sup>45</sup>. La infamia de los Sex Pistols tuvo graves consecuencias y dos meses más tarde *Today* fue cancelado provocando que Grundy no regresara al prime-time de la televisión y poco después los Sex Pistols fueron despedidos por su sello discográfico.

*The New Rolling Stone Rock & Roll Encyclopedia* describe el ascenso del punk como uno de los momentos álgidos de la cultura popular. Entre los cientos de grupos surgidos del movimiento punk cita *The Jam*, *Adam and the Ants*, *Buzzcocks*, *Clash*, *Damned*, *Siouxsie and the Banshees*, *The Slits*, y el grupo de Gina Birch (*The Raincoats*) quien junto a Gaye Black (*The Adverts*) son dos de las fuentes orales de esta investigación. “Unabashedly crude, intensely emotional, calculated either to exhilarate or to offend, the Sex Pistols’ music and stance were in direct opposition to the star trappings and complacency that they felt had rendered rock and roll irrelevant to the common bloke” (Evans et al. 1995. p. 885).

En *Rolling Stone*, el crítico musical Greil Marcus, define el punk como la nueva música, la nueva crítica social, un nuevo tipo de discurso libre, con voces extrañas que nadie conocía y que de repente se escuchaban sin censura en la sociedad británica de 1977 en declive económico por la recesión. “England seems like a vacuum, and ugliness, physical and spiritual, is filling it. Resentment is everywhere and for the moment blind, without satisfying objects. Time has stopped” (Marcus, 1999, p.17).

---

<sup>45</sup> Expresión utilizada por un ejecutivo de Thames que no quiso ser identificado cuando fue entrevistado en 1976 a raíz del incidente. Bennet, M. (2016, December 2). What happened when the Sex Pistols appeared on the Bill Grundy show? *Classic Rock*. Recuperado 2 diciembre 2019, de <https://www.loudersound.com/features/in-december-1976-the-sex-pistols-appeared-on-the-bill-grundy-show>

“God save the Queen”, uno de los éxitos punks más impactantes de Sex Pistols, fue vetado por las radios, televisiones y de cualquier exhibición pública. Su lanzamiento coincide con el Jubileo de Plata de la reina Isabel, en mayo de 1977, y su letra es una declaración de anarquía que hace referencia a la filosofía del “*no future, no feelings, no fun*”, un manifiesto del hartazgo hacia el gobierno conservador británico que cuestionaba no solo la cultura del rock, sino lo que el nuevo mundo les ofrecía.

Sex Pistols fue una banda que dejó más historia que música, ya que publicó un único álbum de estudio y varios sencillos con diferentes compañías. Garnett (1999), analista de los signos semióticos del arte pop, sostiene que el tema ascendió al número 1 de las listas inglesas y por primera vez en la historia de la música pop, el primer lugar del ranking no lo ocupaba el nombre de una banda y el título de su canción, sino que la censura les otorgó el honor de aparecer con unas simples comillas negras en sustitución del polémico nombre de este grupo.

*God save the queen, the fascist regime  
They made you a moron a potential H bomb  
God save the queen, she's not a human being  
and There's no future and England's dreaming  
Don't be told what you want, don't be told what you need  
There's no future, no future for you*

*God save the queen we mean it man  
We love our queen, God saves, God save the queen*

*Cause tourists are money, and our figurehead is not what she seems  
Oh God save history, God save your mad parade  
Oh Lord God have mercy all crimes are paid  
Oh when there's no future how can there be sin  
We're the flowers in the dustbin  
We're the poison in your human machine, we're the future your future.*

*God save the queen  
We love our queen, God saves, God save the queen  
We mean it man, there's no future  
In England's dreaming God save the queen  
No future for you, no future for me*

Los fanzines *Ripped & Thorn* y *Sniffin' Glue* del Reino Unido (Ilustraciones 15, 16), son ejemplos de cómo estas publicaciones subculturales y alternativas reflejaban la realidad punk, a diferencia de las publicaciones *mainstream* que analizaremos más adelante. “Punks have created new forms of literary and artistic expression, a type of viscerally exciting, expressive music, and a network of institutions such as independent record labels, alternative radio programming, small concert venues, cheap local publications, and squatters’ networks” (Leblanc, 1999, p. 64).

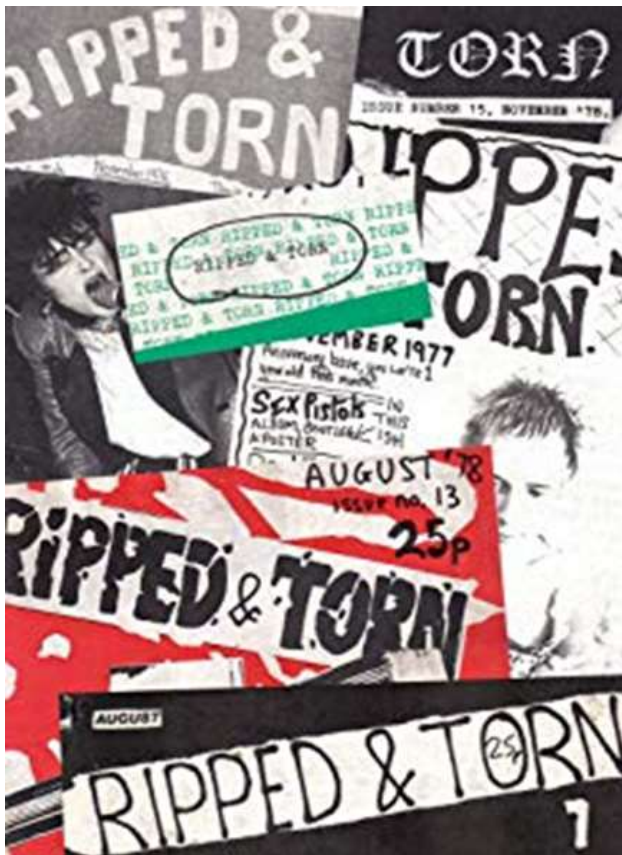


Ilustración 15 : Ripped & Thorn, fanzine publicado en el Reino Unido. Ejemplar Noviembre 1978

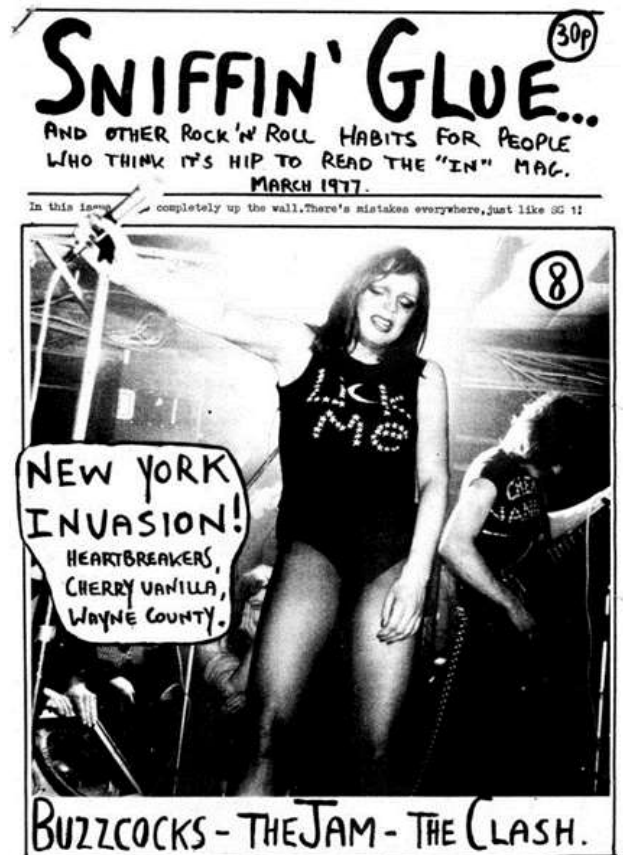


Ilustración 16 : Sniffin' Glue, fanzine publicado en el Reino Unido. Ejemplar Marzo 1977

### 2.5.3. España

La implantación del fenómeno musical punk en España coincide con la transición democrática y precedido del ímpetu hedonista, libertario, dionisiaco de una revolución contracultural y de lemas antisistema como “*make love not war*” originado en Estados Unidos a mediados de los años 1960.

El sustrato ideológico y activista punk se cimentó durante la represión social y policial del franquismo - fundamento político e ideológico de los regímenes fascistas- durante el cual los derechos y bienestar de la mujer sufren un tremendo retroceso. La legislación impide su acceso al empleo, especialmente entre las mujeres casadas que debían obediencia al marido como representante legal y “que perdían cualquier capacidad de acción sin el consentimiento de su cónyuge” (Gálvez, 2019, p.48).

El estado institucionalizó diversos aparatos de control que “aseguraran la continuidad de una socialización que ha mantenido los arquetipos sexuales sin apenas cambios a lo largo de los siglos” (Renau, 2009, p.80). Uno de ellos fue la Sección Femenina de la Falange<sup>46</sup>, y el Servicio Social de la Mujer (1939) con la misión de ofrecer a sus afiliadas un plan de formación profesional de servicio a la patria. Pilar Primo de Rivera, su delegada nacional, impuso como objetivo la fundación de familias y formación de nuevas generaciones apartando a la mujer de la esfera pública y relegándola al cuidado del hogar con sumisión, imponiéndole ser el principal aliciente espiritual para sus maridos, y por supuesto, bajo una moral religiosa férrea.

En 1948 su ideario misógino promulgaba: “las mujeres nunca descubren nada; les falta, desde luego, el talento creador, reservado por Dios a inteligencias varoniles; nosotras no podemos hacer nada más que interpretar, mejor o peor, lo que los hombres nos dan hecho” (Otero, 2004, p. 15). La Sección Femenina, adoctrinó a toda una generación a través de publicaciones periódicas como *Medina, Teresa, Escuela de Hogar, Consigna* o desde la revista *Economía Doméstica para Bachillerato, Comercio y Magisterio* dirigida a las jóvenes estudiantes donde en 1958 se leía: “Sabes que existen los vicios, que existen las pasiones, que existen los amores prohibidos; pero todo, todo ello, es lo más triste, feo y pecaminoso de la humanidad. Todo ello está reñido con tu anhelo de perfección, de limpieza moral; todo ello está reñido con tus ilusiones” (Otero, 2004. p. 49). Afortunadamente, y a pesar de haber sido victimizadas y subordinadas, las mujeres han sido creadoras de su historia (Lerner, 1986) y han vivido experiencias significativamente diferentes a los de los hombres.

---

<sup>46</sup> La Falange fue el partido político creado en 1933 por José Antonio Primo de Rivera, pero en 1937, ya finalizada la Guerra Civil, y con Franco erigido el jefe supremo de estado y al promulgarse el Decreto de Unificación de partidos, pasó a llamarse la Falange Española Tradicionalista y de las JONS. La Falange creó una Sección Femenina cuya delegada nacional fue su hermana Pilar Primo de Rivera desde su inicio en 1934 hasta su disolución en 1977.



La nueva generación que creció bajo la dictadura militar totalitaria de Franco en los años 1950 inició un proceso de resistencia que condujo al resurgimiento de una oposición, el inicio de huelgas y movimientos estudiantiles y feministas así como de facciones nacionalistas. A pesar de los años de oscurantismo en el tardofranquismo, y con un horizonte más aperturista en el que ya se vislumbra la muerte de Franco y el inicio de la anhelada democracia, la mujer asoma paulatinamente a espacios hasta ahora vetados posibilitando su incorporación al mercado laboral.

El 15 de junio de 1977 se celebraron las primeras elecciones libres tras el franquismo otorgando la mayoría al partido Unión Centro Democrático (UCD) con un poder legislativo que apenas contaba 21 mujeres sobre 350 diputados (Rodríguez-Rata, 2020). En diciembre de 1978 la promulgación de la Constitución Española puso fin al franquismo y se inició el reconocimiento de la igualdad de hombres y mujeres ante la ley y empezaron nuevas medidas en contra la discriminación de la mujer eliminando leyes conservadoras entre otras la prohibición de la contracepción.

Una ley del divorcio, la igualdad de derechos de los cónyuges en el matrimonio y la igualdad de derechos entre los niños y las niñas nacidos dentro y fuera del matrimonio. Las políticas hacia la mujer contemplaron el principio de igualdad entre los sexos al tiempo que se iniciaba el debate sobre las medidas propuestas por las Naciones Unidas para eliminar todas las formas de discriminación contra las mujeres. (Alonso & Furió, 2007, p.13)

En el ámbito periodístico musical, el comunicador catalán Àngel Casas, cofundador de la revista Vibraciones, ratifica la importancia del rol que adquirió la mujer como cabeza de familia en las comunas y en la toma de decisiones, como tener hijos fuera del matrimonio, una igualdad que despertó con los hippies y la modernización que conllevó la agitada vida cultural de país. En los entornos profesionales con estructuras caducas y machistas, destacaron nuevos modelos de representación femenina, profesionales como Paz Canals -una de las productoras líderes de televisión-, Elisenda Nadal -quien asumió la dirección de la revista Fotogramas-, o periodistas y escritoras como Rosa Montero, Maruja Torres o Lola Salvador firmando con el seudónimo de Salvador Maldonado (Bronsoms, 2007).

La contracultura tuvo gran importancia en el despertar del franquismo planteando un rupturismo con la cultura oficial mediante valores y consignas libertarias. En Barcelona, por ejemplo, los colectivos homosexuales, ecologistas y feministas se manifestaban en las Ramblas a modo de “foro público”<sup>47</sup>. El historiador de medios de comunicación Román Gubern (Bronsoms, 2007), razona que el germen de esta contracultura supuso un proceso de modernización cultural, espontáneo, acelerado y no programado. En esta órbita, la música fue un elemento identificador de gran importancia en el diseño de unas vidas alternativas y un proyecto cultural rupturista. La música solidifica y fomenta unas señas de identidad que por su naturaleza contestaria se opone a los sistemas políticos y sociales dominantes en momentos históricos.

Autores como Feixa (2004), sugieren que estas culturas a veces han sido tomadas como metáforas de cambio social, otros como Darías (2018) opinan que “la música no sirve únicamente para crear identidades sociales sino para reforzar identidades nacionales” (2018, p.35). Los estilos juveniles espectaculares -originalmente asociados al nacimiento del rock, la primera gran música generacional- surgieron en Norteamérica y Europa occidental durante las tres décadas que van de la posguerra a la crisis del petróleo de 1946 a 1976. Cuando se produce su irrupción en el marco social y aperturista de la Transición democrática son rebautizados con un epíteto novedoso que pronto hizo furor: “tribus urbanas” (Feixa & Porzio 2004, p.18).

En este contexto se fomentaron unas condiciones de libertad y permisividad redundando en un aumento del consumo de drogas entre las generaciones jóvenes. Alonso (2017), considera que la difusión que obtuvieron las tribus urbanas y la cultura visual en determinados medios de comunicación, legitimaron una serie de iconos que favorecieron un cambio para la mujer y sentando las bases de una actitud feminista. Gil (2011) lo ejemplifica con que en la España del post franquismo se empiezan “a cuidar las prácticas asamblearias y a buscar acciones imaginativas -como los espacios de mujer- que interpelasen a la sociedad” (2011, p.56).

La llegada al Gobierno del Partido socialista obrero español (PSOE) en 1982 supuso un avance en la lucha contra la discriminación de la mujer promocionando medidas de acción positiva para conseguir una mayor representación femenina.

---

<sup>47</sup> En palabras de Pepe Ribas, director de la revista libertaria y contracultural Ajoblanco, que llegó a una circulación de 100.000 ejemplares en su primera etapa 1974-1980. En el marco del debate: “La transformació de l’espai artístic: L’impacte a la música, les arts plàstiques i la cultura popular. Ateneu Barcelonès”, 9 diciembre 2019.

En la difícil tarea de consolidar y modernizar la democracia se crea el Instituto de la Mujer (1983) para desarrollar e implementar políticas encaminadas a promover la igualdad de sexos y la participación de la mujer en la vida pública, cultural, económica y social. Entre las medidas de más impacto, en temas de familia y en terreno sexual, se halla la despenalización del aborto en 1985. Estas disposiciones no contemplan escenarios de conciliación para la mujer en su vida familiar y laboral entrañando muchas dificultades para la ocupación de cargos de representación debido a la resistencia masculina y la falta de confianza de las mujeres respecto a su propia capacidad (Alonso & Furió 2007).

Económicamente la década de los 80 supuso una prosperidad material para jóvenes creativos/as favoreciendo la asignación de recursos y estimulando y compartiendo intereses con su comunidad -más allá de los Pirineos- mirando a países extranjeros como Londres y Nueva York. Esta generación post-transición, a la que hoy sin duda les denominaríamos "*entrepreneurs*", adquirió un alto nivel educativo y gracias a la feminización de la universidad propició una alta incorporación de mujeres al mercado laboral (44%). Estas/os profesionales transitaron por los territorios culturales de una manera completamente transversal y destacaron en disciplinas como el diseño, música, literatura, arquitectura, fotografía, periodismo, moda, ilustración, cómics, la televisión y el cine.

En Madrid, los poderes públicos promueven la Movida, un fenómeno social *underground* y minoritario en gestación que llegó a expandirse por todas las capitales de país gracias a individuos que, a través de viajes o publicaciones, establecieron contacto con las tendencias provenientes de Reino Unido o Estados Unidos. "Era la imagen de la joven democracia española, gracias a la cual se aseguraba la atención de los medios -y, por tanto, de los ciudadanos- de otros países a la vez que insistía en que la renuncia al marxismo y la revolución eran duraderos" (Fouce Rodríguez, 2002, p.21). Vilarós (2018) arguye que la Movida se ha relacionado con un aspecto exhibicionista, de feísmo estético y de actitud provocativa, pero a su entender, más que identificarse con el punk británico, o el pop americano, imitó una estética para alejarse de la imagen de una España de "charanga y pandereta". Utiliza la metáfora del "mono", de la abstinencia, que implicó para una generación no poder recordar: "El desencanto de la movida, parte del de la Transición, responde a la imposibilidad de la España del momento de encarnar una memoria y una historia" (...) "la Movida es el mono loco que la transición lleva colgado a su espalda, síndrome y síntoma de una abstinencia colectiva que se expresa en memoria descarnada" (2018, p.21).

La artista madrileña Ouka Lele, una de las fotógrafas con mayor proyección del momento, considera que el ambiente liberal catalán fue muy progresista en comparación con la movida, y aporta una anécdota sobre cómo su pseudónimo artístico le consintió explorar los límites de género: “Me corté el pelo al cero, y cuando iba por la calle, oía a la gente decir: ¿es un hombre verdad? Me gustaba, y me gustaba cambiarme el nombre para que no se supiera nada de mí. Ouka Lele ¿es un hombre, una mujer, un viejo de este siglo, de hace 20 siglos?” (Bronsoms, 2007, pag.179).

La adopción del punk en la España post franquista se materializó en precarias y subdesarrolladas condiciones por cuanto la industria y los medios que los promocionaron. “Mientras que ciertos discursos situaron al punk como imagen del fracaso de la transición, de sus tensiones, otros por el contrario, lo utilizarán como una imagen de una nueva España homologada con sus vecinos en términos de libertad y modernidad” (Fouce, 2004, p. 58).

Los tres focos musicales eran Madrid, Barcelona y Sevilla (De España, 1981). Los medios de comunicación alternativos, clandestinos e independientes difundieron el rumor y la industria de la música firmó contratos discográficos con las bandas de “la nueva ola”.<sup>48</sup> Entre sus principales referentes *Zombies*, *Aviador Dro*, *Las Chinas*, *La Mode*, *Gabinete Caligari*, *Parálisis Permanente* o *Kaka de Luxe* y *Alaska* al frente, para quien la adopción del punk como actitud fue fundamental:

Era un momento en que se juntaba la gente que no encajábamos con nada porque la izquierda era muy dogmática. Por ejemplo, si eras chica, no podías maquillarte porque el feminismo lo veía fatal, no podías consumir porque la izquierda no admitía el consumo. La frivolidad era un pecado y nosotros estábamos en tierra de nadie y no tenía que ver con la edad. Nosotros éramos los que no encajábamos ni con las izquierdas dogmáticas ni con los que nos perseguían por la calle para pegarnos. (Bronsoms, 2007, p.25)

La efervescente escena musical española dejaba poco espacio para las artistas femeninas, excepto para cantar en una banda (de hombres). Afortunadamente hay que reconocer a una generación de mujeres liberales que viajaron, profesionalizándose como disc-jockeys o diseñadoras de moda, directoras de cine o periodistas y que lucharon para no ser objetos sexualizados. La tribu punk representó una ofensiva contracultural contra un sistema que parecía viciado e inoperante, una voz genuina, radical y contestataria que acarreó un cambio radical en la juventud (Garrigós, Triana & Guerra, 2019).

---

<sup>48</sup> Nueva ola, etiqueta que se concedió a los primeros grupos punk que germinaron en la península a principios de los años 80. Su emergencia tuvo lugar durante la Movida, en un contexto que consiguió englobar el concepto musical y el social.

En el punk español la mujer consigue “llevar a cabo un cambio de rol en su actitud como superación a la marginación que había venido constituyéndose hasta ese momento” (Gómez Alonso, 2017. p.71). El punk permitió que una generación de mujeres con sus voces genuinas, radicales y contestatarias conquistaran un amplio espacio creativo y de libertad: “Simultaneously, the productions of these women can also be seen as forms of resistance” (Guerra, 2020).

Alonso y Sotillo (2019), en su reciente recopilación de las historias orales de las pioneras del punk en España señalan la importancia de visualizar su legado y reivindicar sus visiones rupturistas. En la lista de testimonios citan a Lou Olangua, Angela Saura, Silvia Escario, Pilar Bueno, Marieli Arróniz, Plum, Ana Curra, Maria García Verdú, Elena Oramas, Coral Alonso, Gema Cotallo, Teresa González, Mamen Rodrigo, Alma Gómez, Yoli.

En la presente investigación, Loles Vázquez líder de Las Vulpes, grupo fundado en Baracaldo en 1980 e integrado enteramente por mujeres, ofrece su testimonio sobre como pasaron a la historia por su afrenta radical al patriarcado. Las Vulpes fueron estigmatizadas por cantar “Me gusta ser una zorra” y romper el rol de género asignado.

*Si tú me vienes hablando de amor  
que dura la vida, cual caballo me guía  
permíteme que te dé mi opinión.  
Mira imbécil que te den por culo.*

*Me gusta ser una zorra  
Eh, oh, ah, ah  
Ay ay ay ay ay cabrón!*

*Prefiero masturbarme, yo sola en mi cama,  
antes que acostarme con quien me hable del mañana.  
Prefiero joder con ejecutivos,  
que te dan la pasta y luego vas al olvido.*

*Me gusta ser una zorra  
Eh, oh, ah, ah  
Ay ay ay ay ay cabrón!*

*Dejando ahora mi profesión,  
te pido un deseo de corazón,  
quiero meter un pico en la polla  
a un cerdo carroza llamado Lou Reed.*

Es precisamente Silvia Escario, al frente de su grupo punk Último Resorte (Barcelona), quien deja constancia sobre cómo la actitud de transgresión se extendía también a los fanzines propios (Ilustraciones 17,18) con profusión de faltas de ortografía: “Nosotros a cada momento estábamos inventando el punk para hacerlo más emocionante, más insultante, más disyuntivo, y no nos lo copiábamos todo de Londres, el punk se creaba entre todos los punks cada día” (Garrigós, Triana, Guerra, 2019, p.140).

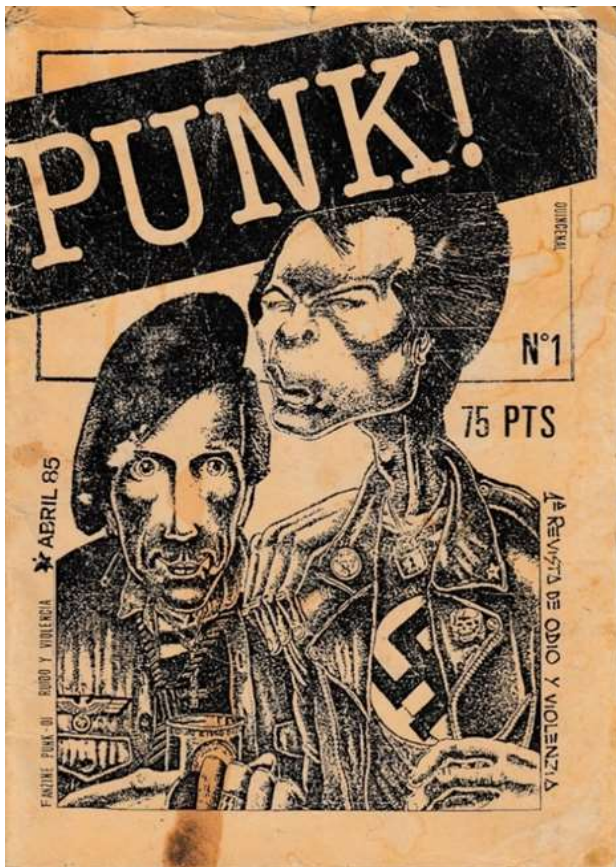


Ilustración 17: Punk, fanzine punk español. Portada Abril 1985



Ilustración 18: Penetración, fanzine punk español. Portada Mayo 1983

#### 2.5.4. Semejanzas y diferencias entre los tres países.

Sobre los orígenes del punk en los Estados Unidos, y su expansión en Reino Unido y en el continente europeo, se ha cuestionado en qué país se inició, qué lo cristalizó y cómo impactó. En una economía de mercados podemos aseverar que su repercusión generaba ganancias y se traducía en ventas de discos, giras y actuaciones musicales, derechos de explotación e incluso conllevaba problemas legales. El punk, según Malcolm McLaren, se convirtió en el fenómeno cultural más importante de finales del siglo XX.

Hemos rescatado los testimonios de destacadas pioneras del punk de los tres países de estudio revelando cual fue a su parecer la escena que tuvo mayor preminencia. La visión generalmente aceptada es que el punk se inició en Estados Unidos en 1976 en el *downtown* de Manhattan, y en concreto en el club CBGB del East Village, punto de encuentro de la bohemia creativa. Sabin (1999) matiza que si bien la escena ya estaba latente entre 1973-1974, la música, el estilo y la idea fue importada al Reino Unido con la ayuda de Malcolm McLaren.

La genealogía punk se puede trazar en el siglo XIX, y en la escuela realista del pintor francés Gustave Courbet, y de poetas coetáneos como Rimbaud, Baudelaire, Verlaine, Marceline Desbordes-Valmore. Courbet, circunscribe la idea de que cualquiera puede ser pintor -una forma de subversión que los punks también adoptan- y en su obra cuestiona los límites del sexo con la representación del lesbianismo. Bernie Rhodes, mánager de *The Clash*, o Malcolm McLaren, reconocieron influencias del dadaísmo afirmando que los Sex Pistols fueron su proyecto artístico personal, de estilo situacionista: “Rather than just while away my time painting, I decide to use people, just the way a sculptor uses clay” (Reynolds, 2006, p. 376-77).

La contribución política y cultural del punk, y su influencia posterior en otros campos, ha tomado largo tiempo en ser reconocida. Su énfasis en las políticas de clase, de rebelión política y activismo surgen en épocas de incertidumbre económica, un factor en concomitancia con la contracultura hippie. En el orden económico, España -a diferencia de Reino Unido- disfrutaba de bonanza y pleno empleo:

En el caso británico, los jóvenes punkeros provenían en su mayoría de una clase obrera que sintió de lleno la crisis económica y de prestaciones sociales provocada por la crisis del petróleo en 1973. Y aunque la crisis económica también afectó a los españoles, no incidió en la población en un primer momento más que de forma limitada gracias al colchón de divisas aportadas desde los años setenta por el turismo y la emigración. (Vilarós, 2018, p. 19)

En España el punk tuvo impacto en plena Transición política, en una sociedad con una crisis de valores producto del tardofranquismo en el que la mujer reivindica nuevos roles y derechos. Los efectos perniciosos de la represión franquista trascendieron en una censura de contenidos culturales y musicales, limitando el acceso a la información y la discriminación de colectivos homosexuales y otras minorías de las que no fueron exentas las mujeres. La crudeza de los sonidos punk proporcionó las primeras señas de identidad a muchos/as jóvenes que se adhirieron a su tribu. Las primeras manifestaciones musicales masivas como Canet Rock, o los primeros conciertos organizados en estadios por el promotor Gay Mercader, supusieron una apertura mental e ideológica que trascendió en la aparición de nuevas drogas y una mayor promiscuidad sexual.

La Constitución española se ratificó en referéndum el 6 de diciembre de 1978, hasta entonces, España fue un árido desierto mediático. Entre las primeras publicaciones musicales surgidas en la Transición citamos *El Gran Musical*, *Popular-1*, *Disco Express*, *Vibraciones* -que analizaremos en el apartado metodológico-. Destacan asimismo las aportaciones de las radios locales y las nuevas radios públicas como Radio-3 (RNE) ofreciendo programaciones de calidad para las jóvenes audiencias ávidas de cultura musical y nuevas tendencias iniciando el desbloqueo de fronteras físicas e intelectuales. La televisión pública (TV1) con programas como *Aplauso*, *Popgrama*, *la Edad de Oro o Estoc de Pop* -en la recién creada televisión autonómica TV3- trascendieron los límites de la modernidad importando y produciendo los contenidos más actuales.

El punk norteamericano se manifestó principalmente en la música. En el contexto de ebullición de los nuevos sonidos, Manrique (1977) apunta el hecho que el punk en Estados Unidos poseía una aureola de música minoritaria en contraste con la música londinense que poseía un origen plebeyo. Argumenta que aunque sus beneficios económicos fueran exiguos, y que únicamente llegara a escucharse en las radios de FM, contaba con una crítica musical e innumerables revistas dedicadas al rock. Este hecho alimentó la sospecha que gran parte del rock callejero de Manhattan fuera invención de la prensa.

“Técnicamente no cabe duda de que Patti Smith y su banda no están entre los grandes intérpretes del rock, pero Nueva York no tiene raíces ni tradiciones que observar: ama la novísima sensación, el espíritu iconoclasta, la personalidad deslumbrante, el concepto osado” (Manrique, 1977, p.52).



El punk inglés, en cambio, fue más comercial, y supo aprovechar la onda neoyorquina adaptándola y abriendo camino para que los grupos entraran en los estudios de grabación. En Reino Unido, el punk se materializó en una escena más joven y divertida que la americana y con la política subversiva -y los logros- de quienes empujaron los límites de la moda, los gráficos y el diseño (Colegrave & Sullivan, 2005). Un ejemplo fue la tienda Sex de Londres que gozó de una clientela muy *warholiana* en su primera época. “A strange mixture of gay, lesbian, straight, dominant and exhibitionist characters. Just as the Sex Pistols were later to grasp subversity with both hands, so did the Velvet Underground in the day. The main difference was that the British scene was funnier and even younger” (2005, p.14).

Los cambios sociales, las tendencias de la industria musical, tenían su reflejo en los medios de comunicación tradicionales y en los alternativos británicos, y así lo testimoniaron las publicaciones como *New Musical Express*, *Sounds*, *Melody Maker*, *Record Mirror* o fanzines como *Sniffing Glue* y publicaciones mensuales como *The Face*, *I-D*. “Punk was/is a subculture best characterized as being part youth rebellion, part artistic statement” (Sabin, 1999, p.2). El legado cultural del punk no debería aislarse únicamente como un fenómeno musical sino que tuvo un impacto en el cine, la literatura, el periodismo, la moda, el comic y son prueba de ello programas de televisión como *Top of the Pops* de la cadena BBC o las afamadas sesiones radiofónicas del locutor, periodista y disc-jockey John Peel (BBC Radio 1).

La aparición del canal musical MTV en Nueva York cambió el panorama para muchas bandas británicas. “MTV, a joint venture of Warner Communications (WCI) and American Express, began cable broadcasting in August 1981”(...)“it attracted the attention of a large number of young viewers uninspired by the conservatism of the radio” (Lopes, 1992, p. 68). Su mercado comercial eran los jóvenes entre 18-24 años y dado que no existían videos producidos en América, MTV se apoyó en los que importaban de Reino Unido donde sí había tradición haciendo que muchos grupos encontraran un circuito promocional donde antes eran sancionados por los redactores de determinadas publicaciones como NME. Así lo expresa Long (2012): “Until MTV, radio and press had been the most important way for companies to break new bands. Now that it was shifting to television, a generation of new British bands appeared without the sanction of NME’s writers” (2012, p.177).

En Estados Unidos la radio, que gozó de su era dorada entre los años 20-50, inició en los 60 y 70 un importante cambio dentro de la música popular con el advenimiento de la contracultura, en este contexto la relevancia cultural de los grandes festivales de música en vivo supuso un negocio en los mercados (Arnold, 2018) y más tarde la apuesta se centró en la música disco. Las radios universitarias como *The Voice of Boston College* (WZBC) detentaron una importante labor entre 1974-1979 en la promoción del género *modern rock* fuera de los canales, así como revistas musicales hoy icónicas como *Interview*, *Village Voice*, *Creem*, *Crawdaddy*, *Rave*, *Rock Scene*, *Punk*, *Spin*, *Rolling Stone* y el histórico *Billboard*.

Finalmente, cabe resaltar el valor sociológico y etnográfico del documental *“The decline of western Civilization”* dirigido por Penelope Spheeris en 1980 donde plasma la historia de la subcultura punk en los Angeles. Spheeris, opina que el punk derribó los muros musicales no solo en el aspecto racial, sino los referentes al amor romántico o el sexismo. El punk fue un estilo libre, de solos de guitarra o canciones de amor, donde la mujer ya no vestía con los modelos Barbie sino con botas Dr. Martens y crestas, con su dedo medio al aire y sin necesidad de ser dulces y amorosas (Spheeris, 2019).

En Estados Unidos y en España, la implantación de este estilo de vida fue más minoritario que en el Reino Unido, impactando en la moda, diseño y las industrias culturales: *“a style that confronted mainstream norms of gender and sexuality”* (Leblanc, 2008, p. 44), permitiendo que sus acólitos/as lograran liberarse de barreras hasta entonces infranqueables y creando nuevos roles de género.

## Capítulo 3: Metodología

En el primer estadio de la tesis efectuamos un vaciado bibliográfico de artículos y libros que nos proporcionó la fundamentación teórica necesaria para utilizar las teorías y los conceptos que sustentarían nuestro análisis. Una vez adquiridos estos conocimientos empleamos el análisis de los contenidos de las tres publicaciones musicales objeto de estudio para determinar aspectos cuantitativos sobre la presencia y ausencia de las mujeres artísticas en las revistas. El análisis de contenido es una herramienta idónea para analizar la representación de género y revelar los patrones en el tratamiento de los textos informativos. A su vez, hemos utilizado el análisis de contenido como técnica cualitativa para conocer el tratamiento que las mujeres recibían en las portadas, en los textos y en las imágenes de las publicaciones seleccionadas.

Una vez ejecutado el vaciado de todas las revistas y con nueva bibliografía seleccionada se afrontó la representación de género en los medios, la transmisión de roles y estereotipos, la importancia de las identidades sexuales en la música y la representación de la mujer en la música popular y en la industria discográfica del rock. Un campo de estudio en auge es la etnomusicología y la musicología histórica feminista para difundir y actualizar modelos positivos para las jóvenes.

El análisis cualitativo de los estereotipos de género se complementó, siempre que fue posible, con las aportaciones de fuentes como entrevistas con artistas, webs, publicaciones alternativas, periódicos, expertos/as del sector que permitiesen clarificar aspectos específicos del análisis y contextualizar los hallazgos.

El vaciado de las publicaciones nos ha ofrecido respuestas a las preguntas relativas a la resiliencia de las mujeres en el punk pero para indagar en el análisis de la discriminación de género de las carreras musicales de cinco mujeres destacadas de la subcultura punk de los tres países seleccionados: Estados Unidos, Reino Unido y España nos hemos servido del método etnográfico mediante entrevistas en profundidad.

### 3.1. Referencias en el análisis de la representación de género

En el capítulo 2 se ha establecido el marco teórico sobre el que se asienta la presente investigación, con la clarificación de los conceptos y la terminología utilizadas. En este capítulo se referencian las herramientas analíticas sobre las que se sustenta la observación de la representación en la prensa musical y el tratamiento de género mediante métodos cuantitativos y cualitativos. Nos referimos a los instrumentos como el análisis de contenido, el análisis crítico del discurso y las entrevistas en profundidad con los que abordaremos el objeto de estudio y responder a las preguntas de investigación planteadas.

En una primera fase, el análisis cuantitativo sirve para establecer la presencia y la frecuencia de determinadas variables relativas a las profesionales de la música, así como para determinar qué informaciones serán objeto de análisis. Hemos establecido el empleo de una técnica analítica cuantitativa permeabilizada por los métodos cualitativos del análisis crítico del discurso y las aportaciones etnográficas extraídas de las entrevistas a cinco mujeres relevantes del panorama musical punk de los tres países de estudio.

El género es más que una categoría, es una teoría amplia que abarca categorías, hipótesis, interpretaciones y conocimientos relativos al conjunto de fenómenos históricos construidos en torno al sexo. El género está presente en el mundo, en las sociedades, en los sujetos sociales, en sus relaciones, en la política y en la cultura. (Lagarde, 1996, p.11)

Asumir la perspectiva de género como sugiere Lagarde (1996), ciertamente requiere un gran esfuerzo y conduce a una revolución intelectual interna de tipo personal y a una revolución cultural de las mentalidades. Abordar la dimensión de género en la investigación implica que el género constituye una variable analítica y explicativa de la investigación y para llevarla a cabo utilizaremos una base sólida para la observación como son las tres guías de referencia que presentamos.

En primer lugar tomamos como referencia **el Manual de Indicadores para evaluar la sensibilidad de en contenidos mediáticos (GISM)** elaborado por la Unesco (2014)<sup>49</sup> que cita a los medios como responsables de la formación de opinión acerca de la igualdad de género y de los estereotipos basados en el género. El manual sugiere que las estrategias que los medios deben adoptar son:

---

<sup>49</sup> El manual de indicadores para evaluar la sensibilidad en materia de género en las operaciones y contenidos mediáticos (GISM) fue redactado con el objetivo de impactar cualitativa y cuantitativamente en los medios y reflejar la diversidad social. La autoría pertenece a la Federación Internacional de periodistas y otros socios mediáticos de la Unesco.

- **Perseguir una presencia equilibrada de mujeres y hombres** que reflejen la composición de la sociedad y las experiencias humanas, acciones, puntos de vista y preocupación en la cobertura de noticias
- **Alcanzar una representación justa de mujeres y hombres a través de la eliminación de estereotipos** (interpretaciones sexistas expresadas abiertamente de las características y roles de mujeres y hombres en sociedad) y promoción de una representación multidimensional.
- **Cobertura de la igualdad de género y de los temas de equidad** como una parte integral importante de la identificación de los medios de comunicación como vigilantes de la sociedad.
- **Concienciación de género en diferentes tipos de contenido editorial** (por ejemplo, reportaje, edición, comentario, documentales, *talk-shows*, entre otros) y a través de un espectro de subáreas (política y gobierno, economía y negocios, ciencia y tecnología, etcétera) y categorías de contenido (por ejemplo: páginas de noticias, editoriales, sección de deportes, sección de negocios, entre otras).

Según el último informe del Proyecto de Monitoreo Global de Medios GMMP<sup>50</sup> (2015) la imagen del mundo que se presenta en las noticias de radio, televisión o prensa sigue siendo predominantemente masculina en un 76% de las informaciones. El informe corrobora que en los últimos 20 años, desde que viene realizándose dicho estudio, los estereotipos y prejuicios sexistas siguen insolubles en el tiempo, el espacio y las plataformas de distribución de contenido.

La segunda referencia de análisis que manejamos para resolver lagunas de conocimiento sobre la relevancia del género en el contenido de la investigación científica es **El manual sobre Género en la investigación (2009)**. El texto presenta el “ciclo de investigación sensible al género” mediante un doble enfoque, por un lado prestando atención a la participación de mujeres/ hombres y proporcionándoles las mismas oportunidades para todos, por otro integra el género en el contenido de la investigación desde la idea inicial hasta la difusión de resultados. El ciclo de investigación del género en los contenidos consta de 4 fases.

- **La fase de ideas** sirve para realizar una evaluación del estado de los conocimientos al respecto y de lanzamiento de propuestas de investigación que serán la génesis de ideas e hipótesis sensibles al género. Las hipótesis pueden tomar como base investigaciones anteriores, así como documentación existente que sirva como material de referencia valioso con el que construir nuevas hipótesis para futuras investigaciones.

---

<sup>50</sup> El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) es la investigación mundial más amplia y de mayor trayectoria que aborda el tema de género en los medios de comunicación. Se inició en 1995 cuando voluntarios/as en 71 países de todo el mundo monitorearon la presencia de las mujeres en los espacios informativos de radio, televisión y prensa nacionales.

- **Fase de propuestas de diseño del proyecto y metodología.** Formularemos preguntas sensibles al género y elegiremos la metodología de investigación adecuada. Las metodologías pueden variar, el afán de todas ellas es la representación de la realidad o sus aspectos.
- **La fase de la investigación.** Las herramientas de recopilación pueden ser como los cuestionarios o las listas de control de los sondeos, deben ser sensibles al género utilizando un lenguaje no sexista y posibilitando detectar las diferentes realidades de los hombres y de las mujeres.
- **La fase de difusión o presentación de los datos.** La recogida y el análisis de datos específicos y separados por género no es suficiente si se omiten en la publicación de resultados. El género debería incluirse en las publicaciones principales ya que es tan parte de la realidad cotidiana como cualquier otra de las variables que se estudian. En la publicación de las conclusiones se debería utilizar un lenguaje imparcial en cuanto al género y tener en cuenta acciones específicas de difusión (publicaciones o actos), asimismo entre los grupos objetivo de la difusión deberían incluirse departamentos e instituciones que centran su atención en el género.

El último documento es 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, una de las más comunes para la incorporación equitativa del sexo y del género en la investigación. El comité creador de la guía propone unas directrices que constituyen un procedimiento integral para informar sobre el sexo y el género en el diseño de estudios, análisis de datos, resultados e interpretación de los hallazgos. Una de las directrices esenciales de esta guía, es el uso cuidadoso de las palabras sexo y género para evitar confundir ambos términos. El glosario de términos SAGER será una de las bases de referencia de esta investigación.

**Género:** Se refiere a los roles, comportamientos e identidades, socialmente construidos, que son asignados a mujeres, hombres y personas de género diverso. El género influye sobre la manera en que las personas se perciben a sí mismas y a los demás, en cómo se comportan e interactúan, y en la distribución del poder y de los recursos en la sociedad. El género es conceptualizado generalmente de forma incorrecta como un factor binario (mujer/hombre). En realidad, hay un espectro de identidades y expresiones de género que definen cómo los individuos se identifican a sí mismos y expresan su género.

**Identidad de género:** Autoconcepto de una persona de ser varón y masculino, o mujer y femenina, o ambivalente, basado en parte en características físicas, respuestas de los progenitores y presiones psicológicas y sociales. Es la experiencia interna del rol de género (término MeSH -Medical Subject Heading- introducido en 1991, revisado en 1995).

**Análisis sensible al género:** Análisis de estadísticas que va más allá de la simple desagregación de datos por sexo (p. ej., un mero «recuento de sexo» no es suficiente). El análisis sensible al género debe cuestionar las relaciones de género que subyacen y que se reflejan en los datos (<http://www.oecd.org/dac/gender-development/44896238.pdf>).

**Perspectiva de género:** La perspectiva de género se centra en el impacto del género sobre las oportunidades, los roles sociales y las interacciones de la gente. El éxito en la implementación de los objetivos de las políticas, los programas y los proyectos de las organizaciones nacionales e internacionales se ve directamente afectado por el impacto del género y, a su vez, influye sobre el proceso de desarrollo social. El género es un componente esencial de cada aspecto económico, social, de la vida diaria y privada de los individuos, y de las sociedades y de los diferentes roles adscritos por la sociedad a los hombres y las mujeres. (<http://www.fao.org/docrep/003/x2919e/x2919e04.htm>).

**Sexo:** El sexo se refiere a un conjunto de atributos biológicos en humanos y animales que están asociados con características físicas y fisiológicas que incluyen cromosomas, expresión génica, función hormonal y anatomía reproductiva/sexual. El sexo se categoriza generalmente como hembra o macho, aunque existe variación en los atributos biológicos que constituyen el sexo y en cómo esos atributos se expresan.

**Análisis basado en sexo-género:** Aproximación analítica que integra la perspectiva de sexo y género en el desarrollo de la investigación en salud, las políticas y los programas, así como en los procesos de planificación y toma de decisiones. Ayuda a identificar y clarificar las diferencias entre mujeres y hombres, chicos y chicas, y demuestra cómo esas diferencias afectan al estado de salud, al acceso y a la interacción con el sistema de atención a la salud (<https://cihr-irsc.gc.ca/e/50836.html>).

**Datos desagregados por sexo:** Datos recogidos y presentados de manera separada para hombres y mujeres (Gender Mainstreaming Implementation Framework - UNESCO, 2003).

**Sexismo:** Prejuicio o discriminación basada en el género, o comportamientos o actitudes que fomentan roles estereotipados basados en el género (término MeSH -Medical Subject Heading- introducido en 2013).

**Personas transgénero, personas transexuales, transgénero:** Personas que experimentan una identificación persistente con, y expresión de, comportamientos con códigos de género no típicamente asociados con su sexo anatómico al nacimiento, y con o sin deseo de someterse a procedimientos de reasignación de sexo (término MeSH - Medical Subject Heading- introducido en 2016).



### 3.1.1. Referencias epistemológicas para el análisis del contenido de las publicaciones.

Un marco referencial epistemológico para encuadrar la medición de contenidos de la muestra nos lo ofrece la teoría del *framing* (Sábada 2001). En el origen de esta teoría se cuestiona la importancia de la representación de la realidad y el rol del periodista como analista de la realidad. La socióloga norteamericana Gaye Tuchman amplía este concepto y añade: “La noticia es una ventana al mundo (..). Pero la vista desde una ventana depende de si esta es grande o pequeña, de si su cristal es claro u opaco, de si da a la calle o a un patio” (Tuchman, 1978, p.1). Implica que los elementos que determinan los *frames* son los periodistas que trabajan en los medios y el enfoque en la confección de una determinada noticia: titulares, antetítulos, subtítulos, fotografías, pies de foto, fuentes, citas, logos, estadísticas, tablas y gráficos (Tankard, 1991). Esta exclusión o énfasis de unos contenidos por encima de otros no es más que una selección de la realidad y por tanto su impacto se equipara a la idea del *media gatekeeper*.

Muñiz (2020) ordena este y otros conceptos relacionados con la construcción de encuadres y el impacto en los receptores, dando a cada uno de los encuadres unas categorías según el proyecto de investigación a abordar aludiendo al *framing* como “el fenómeno que atraviesa todo el proceso informativo” (2020, p. 6).

En el contexto de la investigación presente tomamos como referencia el proceso de elaboración de encuadres de aspecto interno y externos. Por un lado “el trabajo interno de las redacciones (*newsroom frames*) como una de las claves para entender la formación de los encuadres (*advocacy frames*)” y por otro un estudio de “*framings* genéricos y específicos” con un acercamiento “inductivo y deductivo” (Muñiz, 2020, p. 8-9). Señalamos como punto de partida que estos últimos análisis, inductivo y deductivo, permiten la medición de los *frames* en el contenido de los mensajes no solo de forma cuantitativa sino cualitativa.

En el abordaje de “la construcción simbólica del mundo” la narración o las formas canónicas de interpretación, son los instrumentos que vehiculan conocimientos y nexos relacionales de la vida social. Las narraciones son “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, Íñiguez, Vázquez, 2000, p. 82-83).

Los estudios lingüísticos feministas surgidos desde el feminismo radical desde los años 70 a los 90 han cuestionado 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. A la hora de medir el cuerpo de análisis con perspectiva de género en medios de comunicación, las aportaciones de Franquet (1994, 2007) ofrecen una metodología de investigación que incluye 4 fases: el estudio de la estructura organizativa de los servicios informativos de cada medio, la observación participante en el proceso de producción de la información, el estudio de la representación de género (menciones con nombres propios, imágenes y periodistas) y la recogida de datos. La indagación se dota de un patrón con unos parámetros que serán la base del análisis del contenido con perspectiva de género.

En esta línea, Bengoechea (2015) se interesa por el análisis del discurso y del lenguaje como ejes de las asimetrías de género: “el lenguaje como punto de articulación del vínculo entre representación, subjetividad e ideología” (2015, p.12). Señala tres ejes de investigación cruciales para el estudio de la lengua y el género: “qué se dice de las mujeres, como se crean los discursos responsables del sistema de género y como hablan mujeres y hombres” (2015, p.14).

Son referenciadas y tomadas por válidas en esta investigación las coordenadas apuntadas por Bengoechea (2015) sobre los estudios lingüísticos que promueven la disección de la lengua como sistema que se encarga de situar a las mujeres en el sitio que la jerarquía del género les asigna: género gramatical, ciertas construcciones léxicas y vocabularios que trivializan y degradan sus logros, construcciones verbales asimétricas con las que son nombradas invisibilizándolas y otorgándoles un papel secundario.

Asimismo, han sido consideradas las líneas que desde la lingüística feminista han demostrado que, mediante las prácticas y discursos del poder, la desigualdad se aprende, se acepta y se acata, y con ello los discursos que subordinan a las mujeres, mientras a ellos se les muestra como dominantes. Finalmente se han valorado los estudios del habla femenina y masculina, y la creencia de que sus diferencias constituyen la identidad de género (Bengoechea, 2015).

Montoro (2014), Bengoechea (2015), se refieren a los feminismos estilísticos descritos por Mills (1995) y los análisis que ha llevado a cabo para explicar cómo se materializan lingüísticamente los temas de género. En dichos estudios se valora el rol del lenguaje en crear, sostener y perpetuar las relaciones desiguales de género discriminando a las mujeres, a las personas gay, lesbianas o *transgender*.

Whereas studies on the interface of language and gender usually highlight differences of language use as employed by men and women (despite the fact that those linguistic variations are not always necessary proven to be based exclusively on the gender variable) feminists linguistics identifies a political and ideological component which might not be the main focus for the former. (Montoro, 2014, p. 348)

La investigadora feminista Juana Gallego (2013) ahonda en el rol de los medios de comunicación y la publicidad en la responsabilidad del trato asimétrico que otorgan a la mujer y aporta unas categorías de análisis sobre la representación de género que han sido referenciales para la presente investigación. Sugiere que la información que reproducen los medios está sesgada por una cosmovisión androcéntrica dominante. “No es otra que aquellos valores, creencias, actitudes e ideas que han conformado la identidad masculina frente la femenina” (2013, p.34). Existen unas tendencias ideológicas que provienen de pautas culturales condicionadas por el género que redundan en una subjetividad no exenta de vicios y virtudes. En las categorías de estereotipos sugeridos por Gallego para el análisis cualitativo del discurso, aparecen los siguientes parámetros que han sido tomados como referenciales para la investigación: tratamiento vicario, aspecto físico, mujer pasiva, mujer objeto así como los aspectos referidos a su vida privada o pública.

En este sentido nos parece pertinente referenciar la Auditoría de Género - versión papel, web y redes sociales- al periódico autogestionado “[La Directa](#)”<sup>51</sup> realizada en Marzo de 2019 en el contexto del Máster de Comunicación y Género (UAB). El objetivo era indagar en una correcta implementación de la inclusividad en el diario y para ello se llevó a cabo un estudio del lenguaje e imágenes mediados por unas categorías de análisis cualitativo, y las interpretaciones de roles comunicativos adjudicados al hombre y la mujer. El trabajo resolvió que, a pesar de que algunas informaciones incorporaban la mirada feminista, ésta no aparecía de forma transversal en la muestra analizada y se propusieron una serie de acciones y herramientas para mejorar los contenidos tanto redaccionales como audiovisuales de la publicación.

---

<sup>51</sup> La auditoría de género a **La Directa** se realizó entre 2018-2019. Se trata de un medio de comunicación cooperativo en catalán, respaldado por más de 2.600 suscripciones que garantizan un 76% de su financiamiento. Cuenta con una edición en papel que se publica quincenalmente desde hace más de 12 años con una tirada de 3.000 ejemplares en un total de 88 puntos de venta, además de plataforma web y redes sociales. Su visión y misión es contribuir a la transformación social y ejercer la función de denunciar abusos, injusticias y potenciar las prácticas transformadoras. El grueso de su temática lo constituyen las problemáticas de actualidad, investigación, debate y análisis -todos con un marcado carácter político-.

Una de las recomendaciones para corregir la asimetría de género sugería la creación o actualización del libro de estilo con perspectiva de género para recoger todas las formas y términos susceptibles de ser excluyentes y ofrecer una alternativa inclusiva. Asimismo, se proponía considerar la creación o implementación de la figura de editor o editora formada en lenguaje no sexista e inclusivo y otorgar espacio a diferentes formas de identificación de género y a la diversidad. Intentar dar más protagonismo a mujeres, así como cuidar la estructura jerárquica de ciertas imágenes, en los casos en los que se retratan a grupos mixtos, y hacer las mismas preguntas a todas las personas de las notas, independientemente de su género.

En cuanto al lenguaje, se aconsejaba la no utilización de metáforas generalistas y reduccionistas sobre las mujeres reconociéndolas como sujetos activos, no solamente en sus roles secundarios como esposa, pareja y/o madre sino que cuando se tratara a una persona no binaria, o una persona trans, no respondiera a modelos estereotipados y patriarcales. Se advirtió además en aumentar la representación de la perspectiva de género en imágenes e ilustraciones y se aleccionaba a un mayor aprovechamiento de las redes para abordar temáticas feministas, así como un mayor esfuerzo en aplicar la perspectiva de género, en Twitter y Facebook, usando lenguaje inclusivo y visibilizando de igual manera a redactoras/es.

### 3.2. Muestra y ficha de análisis

La década de estudio de esta investigación se sitúa entre los años 1975-1985, estimando esta elección ya que históricamente coincide con el periodo de inicio y final del movimiento punk. Long (2012), autor de la historia de la revista *New Musical Express*, señala que el inicio del punk en el Reino Unido se considera alrededor de 1976, un año más tarde de su aparición en Estados Unidos: “Depending on how long you want to trace the bloodline, but it really reached crucial mass with the emergence of the CBGB guys in New York” (2012, p.115).

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. La música disco deja paso al *rap* o el *hip-hop*, el *pop-rock* muta en *new-wave*, el punk en *garaje* y la música electrónica asoma al mercado comercial. El hardware es también objeto de metamorfosis, favoreciendo a los usuarios transportar su música mediante reproductores de uso personal como los *casetes* o el *compact-disc*. La renovación y modernización de la industria musical va aparejada a nuevos medios de comunicación y nuevas ventanas de representación de identidades y reproducción de estereotipos femeninos, un contexto de transformación donde las cuestiones de género siguen inmutables y, por su desconocimiento, adquiere significado estudiar y contribuir a su difusión.

La primera aproximación al objeto de estudio consistió en realizar una prospectiva de la prensa musical de los tres países investigados seleccionando las revistas más pertinentes y representativas del momento sopesando premisas como el rigor en el tratamiento de la información musical, impacto comercial y popular y nivel de prestigio. Entre las publicaciones valoradas destacamos *Creem*, o *Circus*, ambas editadas en Estados Unidos desde los años 60, que fueron desechadas en favor de **Rolling Stone**, revista considerada icónica en la cultura popular desde su aparición.

En el caso del Reino Unido, una vez considerada la decana *Melody Maker*, se dictaminó que **New Musical Express** ofrecía una visión más radical, menos *mainstream* y en esta línea se renunció asimismo al estudio de la veterana *Rock & Folk* (Francia) que a pesar de su excelente distribución y renombre, estaba fuera del ámbito de estudio de los países seleccionados.

En el caso de España, **Vibraciones** personificaba una visión más periodística de la industria en contraposición a *Popular-1* con una percepción más visual.

En la primera aproximación a las revistas se consideró la opción de analizar una muestra aleatoria durante una década. Sin embargo, la decisión final priorizó el análisis de un año clave como fue 1980, que propiciaba el contexto—desde donde analizar los cambios generacionales con los convulsos cambios sociales, políticos y económicos de cada país y el impacto en la industria del entretenimiento y la prensa musical.

Esta elección permitía entender el proceso de producción de las revistas y la evolución de las informaciones. Así pues, la estrategia cronológica de análisis de un año completo aseguró una mayor profundización de los tratamientos y estereotipos de género observados en cada tratamiento informativo.

La muestra final, conformada por un total de 35 ejemplares de tres revistas musicales (Rolling Stone, New Musical Express, Vibraciones) publicadas en el año 1980, ha conllevado una tarea ardua debido a la escasez de hemerotecas que hayan preservado las publicaciones musicales de hace 40 años pero que afortunadamente se han conseguido vía archivos privados y webs de coleccionismo. En este sentido, una de las dificultades añadidas era obtener 12 ejemplares de cada revista de semanas idénticas, pero dado que cada revista goza de una periodicidad diferente (Tabla 1) este factor pierde relevancia.

- Rolling Stone (U.S) bisemanal
- New Musical Express (Reino Unido) semanal
- Vibraciones (España) mensual

Grupo Editorial	Fecha	Año	Páginas	Color	Periodicidad	Staff Total	Staff Femenino
ROLLING STONE	24 Enero	1980	78	Color	Bisemanal	146	64
	21 Febrero	1980	70	Color	Bisemanal	145	61
	20 Marzo	1980	71	Color	Bisemanal	149	62
	3 Abril	1980	78	Color	Bisemanal	150	61
	15 Mayo	1980	70	Color	Bisemanal	154	60
	26 Junio	1980	93	Color	Bisemanal	161	63
	24 Julio	1980	70	Color	Bisemanal	158	62
	21 Agosto	1980	62	Color	Bisemanal	155	58
	4 Septiembre	1980	62	Color	Bisemanal	152	55
	16 Octubre	1980	70	Color	Bisemanal	153	56
	13 Noviembre	1980	78	Color	Bisemanal	155	57
	11 Diciembre	1980	70	Color	Bisemanal	157	56
NME	12 Enero	1980	44	B/N	Semanal	40	4
	9 Febrero	1980	60	B/N	Semanal	41	3
	29 Marzo	1980	56	B/N	Semanal	42	4
	19 Abril	1980	64	Color	Semanal	41	4
	21 Junio	1980	56	B/N	Semanal	45	6
	26 Julio	1980	48	B/N	Semanal	46	6
	16 Agosto	1980	56	Color	Semanal	45	5
	6 Septiembre	1980	64	B/N	Semanal	46	5
	8 Octubre	1980	64	B/N	Semanal	46	5
	8 Noviembre	1980	56	B/N	Semanal	45	5
	13 Diciembre	1980	60	Color	Semanal	45	5
	VIBRACIONES	Enero	1980	64	Color	Mensual	8
Febrero		1980	64	Color	Mensual	9	1
Marzo		1980	64	Color	Mensual	10	1
Abril		1980	64	Color	Mensual	10	1
Mayo		1980	64	Color	Mensual	9	1
Junio		1980	64	Color	Mensual	9	1
Julio		1980	64	Color	Mensual	9	1
Agosto		1980	64	Color	Mensual	9	1
Septiembre		1980	64	Color	Mensual	9	1
Octubre		1980	64	Color	Mensual	9	1
Noviembre		1980	64	Color	Mensual	10	1
Diciembre		1980	64	Color	Mensual	10	1

Tabla 1: Ejemplares analizados por fecha, periodicidad, staff total y staff femenino

Constatamos una excepción en la uniformidad de la muestra, y es la omisión del ejemplar correspondiente a Mayo de 1980 de la revista NME, debido a la huelga de seis semanas protagonizada por la *National Union of Journalist* en el Reino Unido (entre 26/04/1980 y 14/06/1980). Esta circunstancia limita la muestra final a un total de 11 ejemplares de la revista NME en lugar de 12.

En la tabla 1 hemos especificado asimismo (Staff femenino) el número de mujeres que trabajan en el staff de cada ejemplar. A continuación (Tabla 2), y adentrándonos ya en el procedimiento seguido en la clasificación de imágenes y texto de las páginas de la muestra, describimos los géneros periodísticos sujetos a observación y la metodología de clasificación de las noticias<sup>52</sup>.

---

<sup>52</sup> En el pendrive adjunto se incluye el archivo completo del cómputo en formato Excel.

1	Género periodístico	Crítica conciertos Crítica discográfica Entrevista Noticias actualidad Noticias conciertos Novedades discográficas Reportaje
2	Título de la información	
3	Nombre del grupo de la artista FEMENINA que protagoniza la información	
4	Artista FEMENINA con nombre propio	
5	Tipo de grupo al que pertenece la artista FEMENINA	Individual Mixto Mujeres
6	% total de texto de la página	
7	Líneas totales de la página	
8	Líneas que ocupan las mujeres	
9	Estereotipo del texto	Mujer Vicaria Aspecto físico Mujer pasiva Mujer objeto Aspecto vida privada Aspecto vida pública
10	Fotos totales en la página	
11	Fotos de artistas FEMENINAS	
12	Tipo de foto	Individual Grupo Carátula
13	Estereotipo de foto	Activa Pasiva Cosificada Fragmentada Ojos cerrados Aspecto vida privada
14	Foto dimensiones en cm	
15	Área foto en cm <sup>2</sup>	
16	Foto tamaño	Grande Pequeña Mediana
17	Foto subtítulo	Si No
18	Autor/a de la información	
19	Comentarios	
20	Staff	

Tabla 2: Ficha codificación Excel contenidos e imágenes



Se ha llevado a cabo un intenso esfuerzo no solamente de contabilización, sino de vaciado y clasificación de textos que tengan como protagonista a una mujer. Reseñamos que han quedado descartadas aquellas secciones ajenas a la información musical como:

- críticas de cine o literatura
- cartas al director
- cotilleos
- anuncios publicitarios
- agenda de conciertos
- ilustraciones.

En cuanto a las imágenes, se han medido todas las fotografías, incluidas las carátulas de discos y se han tenido en cuenta las imágenes de mujeres en las carteleras de conciertos.

En una fase inicial de la investigación se barajó la posibilidad de realizar un estudio comparativo entre mujeres pertenecientes a estilos musicales diversos, no necesariamente punk. Asimismo, se entrevistaron diversas mujeres de la industria musical nacional e internacional, periodistas, fotógrafas e investigadoras con objeto de recopilar una muestra homogénea y pertinente basada en un enfoque interseccional, es decir, dando voz a diferentes tipos de mujeres sin discriminación de raza, género, clase, habilidades y etnicidad. Esta opción ambiciosa sobrepasaba las posibilidades de una investigación individual como es una tesis doctoral. En consecuencia, 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.

A continuación presentamos sus perfiles:

<p><b>EXENE CERVENKA (1956)</b> Guitarra y cantante <b>X</b> Los Angeles (1977-hoy)</p>	<p><b>ALICE BAG (1958)</b> Cantante <b>The Bags</b> Los Angeles (1977-hoy)</p>
	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fundadora de <b>X</b> junto a John Doe</li> <li>▪ Es compositora, guitarrista y poeta.</li> <li>▪ Rolling Stone otorgó a su álbum "Los Angeles" el nº24 de Los 100 mejores discos de los 80's y nº286 entre los 500 de todos los tiempos.</li> <li>▪ Carrera de éxito influenciando ampliamente otros estilos musicales como punk-rock o folk-rock.</li> <li>▪ Sus letras son consideradas poemarios contemporáneos.</li> <li>▪ Otras bandas: The Knitters, Auntie Christ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pionera de la escena punk de 1977 de California.</li> <li>▪ Fundadora de <b>The Bags</b>.</li> <li>▪ Carrera autogestionada y enfrentada a los estereotipos de género.</li> <li>▪ Identificación con el movimiento queer</li> <li>▪ Identidad cultural mexicana.</li> <li>▪ Filósofa, escritora y documentalista de la escena punk.</li> </ul>

<p><b>GAYE BLACK (1956)</b> Bajista <b>The Adverts</b>. Reino Unido (1976-1979)</p>	<p><b>GINA BIRCH (1955)</b> Bajista <b>The Raincoats</b>. Reino Unido (1977-hoy)</p>
	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Considerada una de las primeras figuras del punk femenino por su rol como bajista en el grupo británico <b>The Adverts</b> fundado en 1976.</li> <li>▪ La presión de la prensa le hizo abandonar su carrera profesional.</li> <li>▪ Formada en diseño gráfico, hoy es pintora.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Funda la banda femenina postpunk <b>The Raincoats</b>, en Reino Unido en 1977.</li> <li>▪ Obtuvieron visibilidad y reconocimiento al ser teloneras del grupo Nirvana</li> <li>▪ Compositora y cineasta, autora de videoinstalaciones y pintora.</li> <li>▪ Ha dirigido "She punks", documental que reúne a más de 20 pioneras de la escena punk.</li> </ul>

**LOLES VÁZQUEZ (1962)**Cantante y bajista **Las Vulpes**.

Bilbao. (1982-83/2005-hoy)



- Fundadora del grupo femenino punk vasco **Las Vulpes**
- Estigmatizadas por el tema “Me gusta ser una zorra”.
- Su labor como pionera no ha sido reconocida.
- Licenciada en Turismo, auxiliar de enfermería.
- En activo musicalmente y autodidacta, prepara un libro con música.

El primer escenario considerado para obtener acceso a las fuentes entrevistadas fue la ciudad de Los Angeles (California), contexto geográfico genuino de la industria musical, donde en los últimos años se han advertido numerosas reivindicaciones transformadoras contra el acoso sexual (*#MeToo* y *Time’s up*) y la diversidad<sup>53</sup>. En el ámbito académico ha sido relevante la asistencia a *The UCLA Herb Alpert School of Music* como Visiting Scholar (Enero-Marzo 2018) con la asesoría de la presidenta del departamento de Musicología, Elisabeth Le Guin, y del doctor Robert Fink, presidente del comité asesor de la Facultad de *UCLA Center for Music Innovation (Herb Alpert School of music)*.

---

<sup>53</sup> La profesora de USC Annenberg School for Communication and Journalism, Stacy Smith, acuñó el término “inclusión rider” en 2014 como medida para implantar contratos que proporcionen un porcentaje de actrices en los castings y en los staff de producción. En los Academy Awards 2018 Frances McDormand, ganadora de un Oscar como mejor actriz, se hizo eco de este sistema aunque son pocos sus compromisarios en la industria. Recuperado de: <https://annenberg.usc.edu/research/aij>.

Otras fuentes notables para dimensionar la investigación han sido las entrevistas con diferentes agentes culturales y las conferencias y eventos relacionados con el campo de estudio:

- *University of California, Los Angeles*, asistencia al panel académico especializado “Curating resistance: Punk as archival method” (9-10 febrero 2018).
- *College of Contemporary Music (Musicians Institute College)* de Los Angeles para valorar el compromiso de sus currículos en difundir una historia de la música inclusiva.
- *Shesaidso*<sup>54</sup> entrevista a la fundadora de esta comunidad global de mujeres con influencia en el activismo contra la discriminación de género creada en 2014 con más de 15.000 afiliadas en 15 países y representando todos los sectores de la industria musical.
- *Mount Saint Mary's University Los Angeles Department of Music*, asistencia a las conferencias y workshops de *Women in Music Festival* (Marzo 2018).
- *K I S M I F (Keep It Simple, Make It Fast!) International Conference*<sup>55</sup>, participando en uno de los paneles de la conferencia académica, cultural y artística “Crossing Borders of Underground Music Scenes” basada Porto (Portugal) entre Julio 3-7 de 2018 enriqueciendo literatura y contactos con los temas de culturas underground, prácticas *DIY*, artes urbanas y temas relacionados.
- Postgrado en Género y Comunicación realizado en la Universidad Autónoma de Barcelona durante el curso 2018- 2019, una formación crítica sobre los condicionantes sociales que afectan a las identidades de género y el sistema comunicativo.

---

<sup>54</sup> <https://www.shesaid.so/>

<sup>55</sup> <https://www.kismifconference.com/>

### 3.3. Procedimiento en el análisis de contenidos e imágenes

“If an investigator is testing specific hypotheses concerning the relationships between variables, the interpretation will be evident” (Wimmer&Dominick, 2006, p.165). La presente investigación se inscribe en la tradición de los estudios de género y quiere arrojar luz sobre el tratamiento informativo otorgado a la mujer en las revistas musicales abordando un estudio de la representación de género mediante un análisis cuantitativo y cualitativo. Este procedimiento de análisis ha consistido en primer lugar, en contabilizar los textos e imágenes para determinar la presencia o ausencia de las mujeres, y el protagonismo que adquirirían en tres revistas emblemáticas del ámbito musical de 1980 en Estados Unidos, Reino Unido y España.

En segundo lugar, se ha analizado el tratamiento otorgado a las artistas en las distintas portadas con la observación de las imágenes y los titulares. Finalmente, el análisis de contenido se ha centrado en la búsqueda de textos e imágenes con tratamientos sexistas particulares que mostrasen los modelos de esos estereotipos. Marcela Lagarde es concluyente sobre el análisis con perspectiva de género:

El que se estructura por su crítica de la concepción androcéntrica de la humanidad y tiene como uno de sus fines contribuir a la construcción subjetiva y social de una nueva configuración a partir de la resignificación de la historia, la sociedad, la cultura y la política desde las mujeres y con las mujeres. Esta perspectiva reconoce la diversidad de géneros y la existencia de las mujeres y los hombres, como un principio esencial en la construcción de una humanidad diversa y democrática. La mirada a través de la perspectiva de género nombra de otras maneras las cosas conocidas, hace evidentes hechos ocultos y les otorga otros significados. (Lagarde, 1996, p.13)

#### 3.3.1. Unidades de codificación de textos e imágenes

En primer lugar, nos enfrentamos a la necesidad de encontrar un método capaz de rastrear la presencia y protagonismo de las mujeres tanto en textos como en imágenes de la prensa musical seleccionada de 1980. La metodología seleccionada debe cuantificarlas de manera sistemática, ser representativa y homogénea para las distintas publicaciones -y sus ediciones- y que nos permita analizar de manera comparable los resultados permitiéndonos segmentar el análisis por los parámetros adicionales que definamos para cualificar cada una de estas apariciones. Hemos establecido dos métodos distintos:

- 1- para la presencia de mujeres en texto
- 2- para la presencia de mujeres en imágenes.

La presencia de mujeres en texto la cuantificaremos a través del **cómputo de palabras destinadas a mujeres**, y el protagonismo relativo se medirá en consecuencia, comparando esta computo específico con el de palabras totales que aparezcan en el texto. Para ello consideraremos como unidades de texto (con sus correspondientes palabras) aquellos párrafos enteros en los que se referencie, de una manera o de otra, a la mujer.

La identificación de párrafos dedicados a mujeres se realiza de manera sistemática y manual, revista a revista, publicación a publicación, y hoja a hoja. Las palabras de cada párrafo, y las totales para la referencia relativa, se cuentan según detallamos a continuación, y el cómputo individual se tabula en un fichero Excel que permitirá su tratamiento informático y estadístico a posteriori. En el fichero Excel, quedaran asociados los parámetros de segmentación que hemos determinado para cada aparición de mujeres.

Los detalles del cómputo metodológico se desarrollan en los puntos:

- A (Presencia de la mujer en los textos),
- B (Cálculo de palabras por cada página),
- C (Método para el cómputo de palabras dedicadas a mujeres).

A la hora de cuantificar la presencia de mujeres en imágenes realizaremos un cómputo individual de fotos en las que aparezca una mujer, el protagonismo relativo se medirá -en consecuencia- en comparación al número total de imágenes de cualquier tipo.

La aparición individual de cada imagen dedicada a mujeres, identificada manualmente, publicación a publicación, y revista a revista, se tabulará en el fichero Excel y se le añadirán aquellos parámetros adicionales de segmentación que hemos definido (como por ejemplo tamaño relativo de foto), al igual que hemos hecho en el caso de los textos.

Para permitir una comparación homogénea entre publicaciones hemos establecido asimismo métodos que nos permitan segmentar, como por ejemplo el tamaño relativo de las fotos en publicaciones que son de formatos y tamaños diferentes. La descripción se detalla en el apartado:

- D (Método para establecer la presencia de la mujer en fotografías).

### **A- COMO DETERMINAR LA PRESENCIA DE MUJERES EN TEXTO**

El cómputo de palabras es la metodología de cálculo elegida para medir la presencia de mujeres en los textos de las 35 revistas de la muestra en valor porcentual sobre el total de texto existente. Este procedimiento es aplicable a todas las publicaciones y permite su tabulación en términos comparables.

Para efectuar el cálculo de una página concreta de una publicación procedemos a identificar:

- 1- Las palabras totales que conforman una página (**PTP - Palabras Totales Página**)
- 2- Las palabras asociadas a referencias femeninas (**PTM - Palabras Totales Mujeres en la página**)

La "presencia de mujeres" en una página se definirá mediante la división de:

- **PTM / PTP (Palabras Totales Mujeres en la página divididas / Palabras Totales Página)**

Es preciso definir un mecanismo que permita computar esta proporción de manera relativamente sencilla, y al mismo tiempo suficientemente representativa.

Tomamos en consideración que no todas las páginas son iguales, algunas contienen más imágenes -y consecuentemente menos texto-, otras están compaginadas con diferentes columnas, incidiendo, por tanto, en la cantidad de palabras presentes. Una ventaja, sin embargo, es que la tipografía utilizada es consistente a lo largo de cada página de cada revista y de cada publicación.

### **B- MÉTODO DE CÓMPUTO DE PALABRAS TOTALES PÁGINA**

En primer lugar, determinaremos el área de texto de cada página de cada publicación, expresada como:

- a. **Porcentaje de una página total que sólo tuviera texto.**

Para ello, procederemos primero a identificar el **área total dedicada a imágenes** mediante una **aproximación visual y topológica** de las mismas tomando como referencia el **cálculo del índice de densidad y superficie**.



El sistema al que nos referimos fue ingeniado por la empresa española Lynce, especialista en informes periciales entre 2009-2011, y emula el recuento de asistentes a las manifestaciones<sup>56</sup> por metro cuadrado. En su caso, el método de conteo aplicado se basaba en la obtención de fotografías cenitales en altísima resolución permitiendo ampliaciones a un detalle que posibilitaba contar cabeza a cabeza a los participantes con ayuda de un programa informático e ir numerando cada persona que aparecía en las manifestaciones. En nuestra investigación nos hemos basado en esta medición resolviendo que, cuando por ejemplo en una página tuviéramos una sola imagen que ocupara una cuarta parte de la página, contaríamos que un 25% de la página estaba dedicado a imágenes, y en consecuencia un 75% de la página dedicado a texto.

El proceso aplicado no pretende ser matemático, a diferencia de si se efectuara una medición del área de cada una de las imágenes presente en la página, sumándolas y dividiéndolas por el área de la página total sino, como ya hemos indicado, es topológico a través de la observación empírica del total de la página. A continuación, mostramos dos ejemplos. Una página de Rolling Stone (Ilustración 19) que se cuantifica con una superficie topológica 100% de texto en página 4 columnas.

---

<sup>56</sup> La Ley Orgánica 9/83 define como manifestación “la concurrencia concertada y temporal de más de veinte personas, con finalidad temporal”

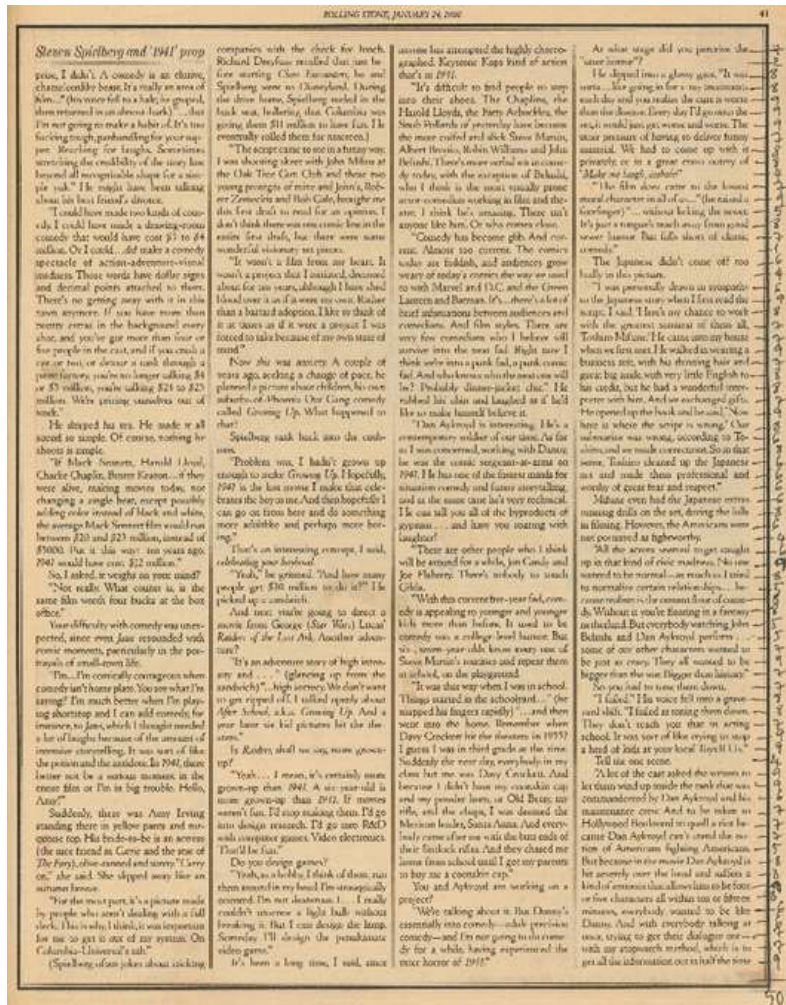


Ilustración 19: R.S. 24 Enero 1980 superficie 100% texto a 4 columnas

Y una página de Vibraciones (Ilustración 20) con superficie topológica 65% de texto con dos fotografías.

### LA MAREA QUE VIENE



—RETRAZO en "My Life Is The Bush Of Ghosts", el LP conjunto de Dave "Talking Head" Byrne y Brian Eno. El disco está lleno de ecos brechtianos, de tambores africanos y extraños instrumentos latinos...

—LOS SPECIALS también están en una onda letna, de forma más (surrealisticamente) tónica. Después de su segundo LP,



—ELVIS COSTELLO anuncia nuevo disco. "Ten Boody Mary's And Ten How's Your Fathers" es una recopilación de 20 temas, dieciocho de los cuales habían salido anteriormente en singles y EPs, destinada principalmente al mercado yanqui (en Inglaterra, solo saldrá en cassette).

—STIFF vuelve a utilizar sus técnicas habituales y pone a punto una gra de sus nuevos fichajes: los texano-mexicanos JOE KING CARRASCO AND THE CROWNS, los ingleses ANY TROUBLE, los americanos DIRTY LOOKS, los EQUATORS ("¿quién?" con un grupo de reggae inglés) y un quinto artista cuyo nombre no se revela, por la cosa del misterio. Altas posibilidades de que esta colección de locos lleguen a España.

—SMALL WONDER RECORDS, uno de los primeros sellos independientes ingleses, cierran la banca. Ellos editaron los primeros discos de The Craxs, los Angello Upstarts, los Cockney Rejects y Patricia Fitzgerald, y, ya ves, nadie se lo agradece.

—SIMPLE MINDS, los teloneros de Peter Gabriel en España, ya tienen su tercer LP, "Empires And Dance". Digno de ser buscado, por cierto.

### ALL THAT SWING

—BILL EVANS murió en Nueva York a mediados de septiembre. Los que vieron al pianista durante su reciente visita a España ya sabían de su mal estado pero aún así es un golpe desagradable: todavía había mucho jazz en ese hombre de 51 años.

—CLAUDE BOLLING continúa su colección de fusiones clásico-jazz con "Phoric Suite", un LP hecho en colaboración con el increíble Jean-Pierre Rampal a la flauta y Alexandre Lagoya a la guitarra. Los anteriores discos de Bolling han salido en España en la serie clásica de CBS, así que no lo extralies si no has oído nada de ellos: son absurdamente curros, deliciosamente relajantes.

—STOP JAZZ es la novedad de la temporada en las suavitades discográficas: siguiendo el ejemplo de Guambanda, la CFE edita una colección de jazz cuidadosamente preparada. Dirigida por Juan Claudio Cifuentes, Stop Jazz lanzará los ricos catálogos de MPS, Sunet y Spotlite. Entre otras novedades, cada disco llevará una ficha llena de información bio-discográfica.

—EN TU TENDA también hallarás la colección de reediciones de discos clásicos del sello Pys. Se llama "AÑOS DORADOS", edita los LPs originales de Kinks, Searchers, Status Quo, Donovan, etc, etc, y te sirve un servidor (léstos advertidos).

—Y EN EL SEAGROUSE masculino, ya ha comenzado el desfile de grupos ingleses interesantes. Ya era hora de que un club se atreviera a traer a los chicos que no pueden llevar los grandes locales...

### VIEJAS CARAS NUEVAS



—LAS CHICAS VUELVEN. Pauline Murray, la ex Penetration, saca LP respaldada por las invisibles Gris. Poly Styrene también saca su primer single ("Talk in sovietem") tras el hundimiento de X-Ray Speas.

—DIRE STRAITS también quedan reducidos a trío tras la marcha de Dave Knopfler que se lo quiere montar en solitario. Para reproducir el sonido de su tercer LP—"Money Moves"; con el invitado sargentiano Roy Bittan en primer plano— los Estrechos actuarán con otro guitarrista y dos teclistas.

—STEPHEN WOLF recorrieron los escenarios europeos con el viejo John Kay cabalgando sobre el sonido en bruto. Kay explica esta segunda resurrección del grupo alegando que había demasiados falsos Steppenwolf circulando y que ellos tenían más

derecho a explotar ese nombre más que cualquier impostor.

—AL KOOPER reaparece musicalmente como productor del primer LP de la JOHNNY VAN ZANDT BAND. Si el apellido te suena familiar, puedes confirmarte que Johnny es hermano de Ronnie (el difunto vocalista de Lynrd Skynyrd) y Donny (de 38 Special).

—AFM es el nombre de la nueva banda inglesa de Nicky Barclay, la chica de Fanny que también tocó con Todd Rundgren y Gary Wright.

—GINGER BAKER ha sido ingnomiosamente expulsado de ATOMIC ROOSTER tras solo tres semanas de golpear para ellos. Baker está ahora errandándose con Hawkwind y cualquier cosa es posible (bostera-bosteraooooo)

Ilustración 20: Vibraciones 1980 página 3 columnas y 2 fotos

En segundo lugar, identificaremos

- b. el número total de palabras presentes en una página que tuviera un 100% de texto.

Aquí el proceso seguido ha sido contabilizar el número de palabras de una página de referencia con texto al 100% (ej. página de Rolling Stone).

Como hemos indicado anteriormente, el hecho de que la tipografía no varíe en las revistas de la muestra nos permitirá adoptar este cómputo como una referencia válida a través de todas las páginas de la publicación.

113

En tercer lugar, hemos observado que, en el cómputo total real de palabras de la página, es preciso tomar en consideración la cantidad de columnas en que se ha compaginado una página ya que incide en el número de palabras totales de texto por página entera.

c. **el número de columnas compaginadas de la página.**

En consecuencia, hemos identificado:

d. **el número total de palabras en una página de texto entera, según el número de columnas para cada publicación.**

El cómputo total de palabras por página entera se obtiene multiplicando:

e. **[#CT] el número de columnas de texto por página (X) por [#TP] el número de palabras por columna.**

El resultado queda reflejado en la Tabla 3 de referencia.

	Columnas por página	Palabras por columna	Palabras por página entera
<b>Rolling Stone</b>	5	448	2.240
	4	558	2.232
	3	715	2.144

	Columnas por página	Palabras por columna	Palabras por página entera
<b>NME</b>	6	580	3.480
	5	669	3.345
	4	951	3.805
	3	1.175	3.524

	Columnas por página	Palabras por columna	Palabras por página entera
<b>Vibraciones</b>	4	383	1.533
	3	501	1.503
	2	771	1.542

Tabla 3: Cómputo número de palabras por página entera en las 3 publicaciones 1980

Una vez definidas estas referencias, las usaremos para deducir el **número de palabras presentes en las páginas de las revistas de cada publicación**. La información introducida en la tabla Excel de recogida y resumen de datos constará de:

- **[#CT]** número de columnas de texto por página
- **[%TP]** porcentaje de texto presente (según explicado anteriormente).

Para cada página, en consecuencia, obtenemos un número total de palabras **[#TP]** resultado de multiplicar:

- **[%TP] x [#PPEn]** el porcentaje de texto presente **por** el total de palabras en página entera de cada publicación y el número de columnas de la página **[#PPEn]**

Seguidamente ofrecemos ejemplos de tipos páginas escogidas al azar de las tres publicaciones que sirven como valores de referencia para el cálculo del número de palabras por columna.

En Ilustración 21, ofrecemos una muestra de página de Rolling Stone de 4 columnas y su correspondiente cálculo de palabras por línea (24 enero 1980, pág. 33).

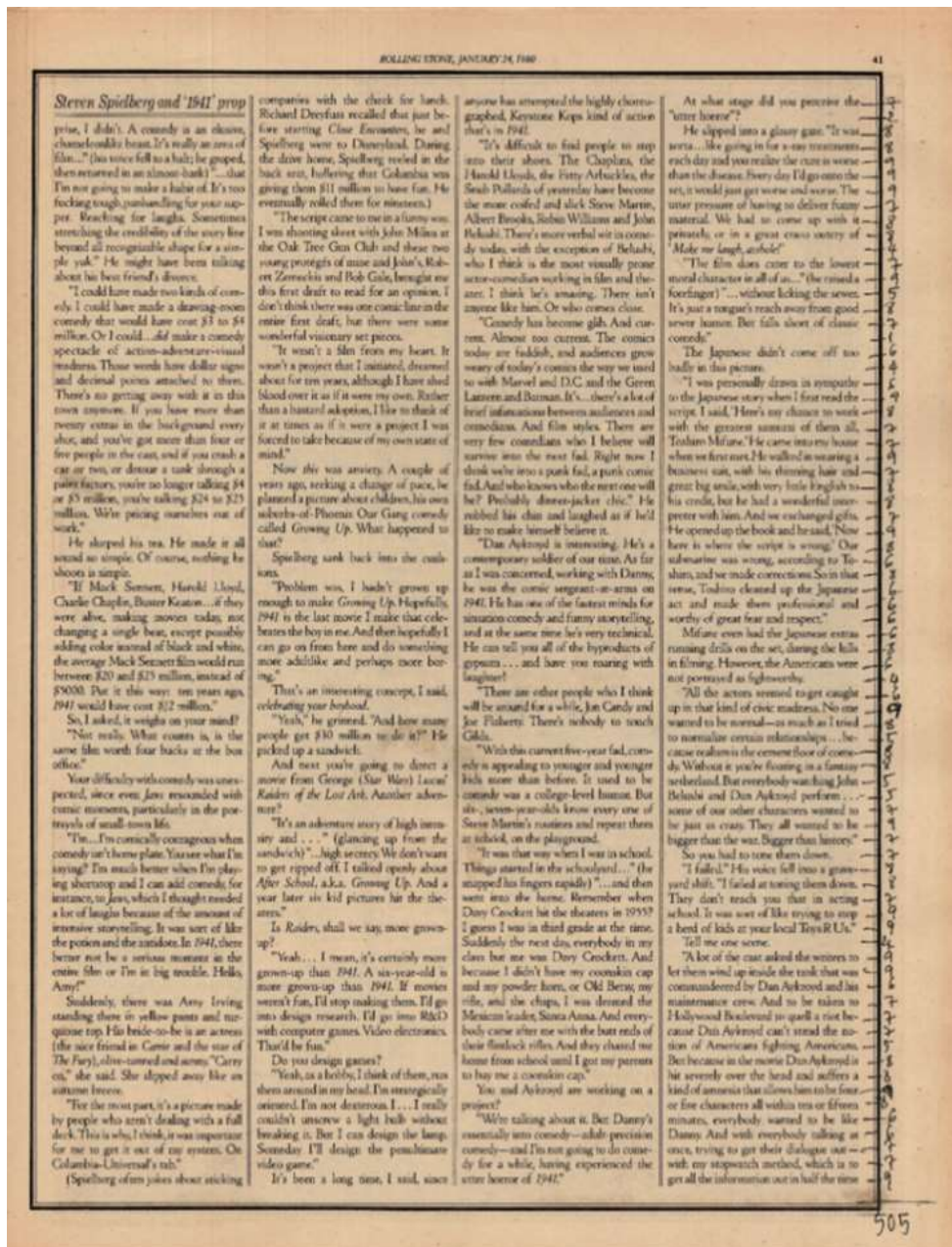


Ilustración 21: R.S, 24 Enero 1980, pág. 41, página de 4 columnas

A continuación, el cómputo de palabras por columna de página de Rolling Stone compaginada a 5 columnas (Ilustración 22).



Ilustración 22: R.S, 24 Enero 1980, pág. 33, página de 5 columnas

Los ejemplares de Rolling Stone contabilizados (Tabla 4) han sido:

	# Columnas	Muestra
<b>Rolling Stone</b>	<b>5</b>	24 Ene'80 - p.33
		21 Feb'80 - p.61
		24 Ene'80 - p.18
	<b>4</b>	3 Abr'80 - p. 36
		20 Mar'80 - p.44
		24 Ene'80 - p.41
	<b>3</b>	3 Abr'80 - p.56
		20 Mar'80 - p.51
		21 Feb'80 - p.46

Tabla 4: Cómputo páginas a diferentes columnas de R.S 1980

El mismo proceso se ha repetido con NEW MUSICAL EXPRESS. Presentamos un ejemplo del cómputo de palabras por línea en una página de 5 columnas (Ilustración 23) y una de 4 columnas (Ilustración 24).



1984



# From previous page

"This time, very literally, it was when you're in a totally..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"The disappearance of a sense of responsibility is the most alarming consequence of automation."

"The 15th that ended with a..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

"I think that's the..."

Illustración 23: NME, 6 septiembre 1980, 5 columnas



El total de ejemplares de NME contabilizados (Tabla 5) han sido los siguientes:

	# Columnas	Muestra
<b>NME</b>	<b>6</b>	16 Ago'80 - p.54
		19 Abr'80 - p.62
		6 Sep'80 - p.62
	<b>5</b>	18 Abr'80 - p.62
		6 Sep'80 - p.34
		21 Jun'80 - p.28
	<b>4</b>	19 Abr'80 - p.30
		6 Sep'80 - p.34
		21 Jun'80 - p.28
	<b>3</b>	19 Abr'80 - p.48
		6 Sep'80 - p.27
		21 Jun'80 - p.33

*Tabla 5: Cómputo páginas a diferentes columnas de NME 1980*

A continuación, mostramos dos ejemplos de recuento de líneas y palabras por página en la revista Vibraciones. Se trata de páginas compaginadas a 2 columnas (Ilustración 25) y a cuatro columnas (Ilustración 26):

**TED NUGENT**

entonces esqueleto viviente se hincharon y adquirieron rigidez. De un salto, enderezó su respetable estatura. Soltó unos rugidos apagados y miró a su alrededor. Al descubrir la guitarra, aulló como un endemoniado. La conectó, se la colgó y, mirando a sus improvisados espectadores, dejó salir una retumbante y siniestra carcajada. Mitad humana y mitad bestia, de su tansa garganta. En cuestión de décimas de segundo, todos los amplificadores crujieron y temblaron. La guitarra empezó a sonar como un huracán de muerte. El volumen fue subiendo gradualmente mientras la actitud del extraño se hacía cada vez más agresiva. De pronto, todos los cristales del edificio estallaron en mil pedruzcos. Un viento helado y ancestral se inculcó por todos los rincones de la sala de pruebas. Aquella bestia salvaje enloquecida por la electricidad, llegó al exterior de su prisión. Sin dejar de reír, provocó un ululante feedback mientras exprimía toda la potencia de la guitarra. Los tímpanos de todos los presentes reventaron expulsando chorros de sangre por las orejas. El corazón de Teodor Stevens se detuvo como consecuencia del desenfundado sonido, y el resto del equipo huyó enloquecido. Sólo quedó al profesor Von Starkraft que, consciente de que su organismo no resistiría aquel volumen, formuló su última pregunta:

— Pero, por todos los santos, ¿quién eres o qué eres?

La bestia, manteniendo el feedback letal, gntó una respuesta cuyo eco despertó a toda la ciudad:

— ¡¡¡Imbéciles!!! Vuestros hijos, y los hijos de vuestros hijos, recordarán mi nombre para prevenir a todas las generaciones que le quedan a la humanidad. ¡¡SOY TED NUGENT, SI, TED NUGENT, EL ULTIMO HOMBRE LOBO DEL ROCK... AUUUUUUU!!!

**2. NACIDO PARA AU LLAR**

Pues sí, igual me ha pasado un pelo con eso de "El último Hombre Lobo del Rock". La idea se me ocurrió al recordar una frase que en cierta ocasión dijo el propio Ted: "El hombre es un lobo para con el hombre". La verdad es que este hijo de Detroit es terreno abonado para jugar con la imaginación literaria que uno lleva en su interior. Esa imagen de hombre-fiera que extorciona, esa melena de león, esas expresiones de salvajismo y toda la parafernalia que Ted Nugent muestra con orgullo, cual Cassius Clay del rock, es a veces más importante que su música, peligrosamente más importante. Mucha gente desprecia a Nugent por el solo hecho de que su imagen se los antoja gratuita, innecesaria. En realidad, yo no soy capaz de imaginarle pulverizando el rock que pulveriza sin su aspecto habitual. Es casi una obligación verle en taparrabos, disfrazado de sangriento cazador de búfalos o aullando como un perro rabioso para comprender la carga de nitroglicerina que contiene su música.

Por eso, no me ha parecido frívolo comenzar esta Vib's como lo he hecho. (Si sólo hay que mirarle una vez! Esa pinta que tiene no se olvida fácilmente. Mi auto-disculpa se confirma cuando recuerdo el concierto que dio en el Madison Square Garden un agosto del 79. Después de resistir dos horas del metalo-ametrallamiento por cortos de los niñitos de AC/DC, Ted Nugent pudo recomponer mi triturado cerebro con su energía. Fue como presenciar la guerra de Vietnam en primera fila, como sostener en las manos un pedazo del infierno del rock and roll. Ted Nugent tiene obsesión por la energía, y te la transmite a golpe de guitarra. Es una especie de predicador de Heavy Metal Incendiario. O, mejor dicho, de Heavy Mental. Dos de sus gritos, te juro que fueron los más agudos que he escuchado en mi vida, bastaron para enmudecer a todos los metal-kids que llenaban el Madison, y éstos no eran precisamente buenos estudiantes de COU. Allí, en el centro de aquella inmolación de rock, me sentí como en Molotov Town, aspirando electricidad pura y sometiendo mis tímpanos a la prueba más dura del mundo.

Al Heavy Lord también se le achaca una desidia patológica a la hora de poner al día su estilo. La crítica conservadora le aplaude por ello, y la progresista le acusa diciendo que se ha quedado atrapado por su propia trampa. Personalmente, opino que esto es lo de menos. El Heavy-Metal ha de ser estable, incorruptible, ajeno al paso del tiempo. Con la fórmula que Ted utiliza, cuarteto tocando a plena potencia, se ha hecho todo lo que se podía hacer, y por lo tanto sólo resta seguir haciéndolo bien. No la damos más vueltas. Ted Nugent ha nacido para au llar y eso es lo que hará toda su vida, con su voz y con su guitarra.

Prosigamos con las cualidades. Puede, y no creo equivocarme, que nos encontremos ante el último de los killer-guitars que, integrado completamente en el sistema, mantenga su reputación tan afilada como el primer día que tocó en el Electric Ballroom de Detroit. Recordemos algunos nombres de la galería de los famosos guitarras asesinos: Ron Asheton, James Williamson, Fred "Sonic" Smith, Wayne Kramer, Johnny Thunders, Rick Derringer, Johnny Winter, Steve Hunter, etc. Unos se las apañan en plan mercenario, prestando su guitarra en discos ajenos. Otros han sido tragados por la tierra. Alguno se ha casado. Dos o tres van de guerrilleros under y el resto da escasas y débiles señales de vida. Sólo Ted Nugent es capaz de grabar un Lp por año, dar conciertos monstruosos a los que acuden millones de fans y seguir vivo y bien.

Lo suyo es una sola palabra: Vitalidad. ¿Sabías que en los veinte años que lleva motido en esta manicomio no ha parado de hacer giras? Incluso en los momentos en que carecía de contrato discográfico, sacar discos es algo muy importante para que la gente acuda a tus conciertos, ha mantenido un promedio de trescientas actuaciones por año. Y esa es una cifra considerable. Pero conciertos de verdad, los slogans tan reales como "Si esto es demasiado fuerte para tí, es que eres demasiado viejo" o "Ted Nugent Tour = T.N.T." Podrá ser elemental, que en ningún caso se ha de considerar como erróneo, pero tiene las ideas muy claras. Esa es la razón de que tanta gente se identifique con él. Su rock, su concepto del rock, no es nada sofisticado. Al contrario, es terriblemente cavernícola: "Si, yo toco rock and roll. El rock and roll de Ted Nugent. Toco muy simplemente, pero no demasiado. Es decir, dentro del contexto de agresión, soy capaz de aportar cierta creatividad musical. Pero déjame decirte un secreto. El rock a secas es mejor que la Música. ¿Entiendes lo que quiero decir? ¿Lo entiendes tú?

Bueno, no sé por qué diablos tengo que justificar a Ted. Sus discos son explícitos documentos que demuestran el perfecto estado de salud del Heavy-Metal. Y ya es motivo suficiente para que él esté donde está. A lo peor, hasta Ronald Reagan se escuchó "Weekend Warriors" antes de decidir si declara la guerra a los rusos. Voy a instalarme el tocadiscos en mi refugio atómico, por si acaso.

**3. KAMIKAZE GIBSON**

Nació hace 31 años en Detroit. Dicen los periódicos de la época que debido a la potencia de su llanto, en el hospital, no tuvieron más remedio que echarlo a la calle de una patada en el trasero. Sus padres, no les queda otra solución, se lo llevan a casa. Allí crece y se entera de lo que es una guitarra. Escucha la radio. Se hincha de cereales y aprende el difícil arte de manejar un skate-board. Sin que ni el mismo sepa cómo, se empieza a interesar por la música. Y es entre los años 82-83 cuando organiza un grupo casero, un garagaband, a la que bautiza con el nombre de **The Lourds**. A pesar de que las listas de éxitos acogen singles de gente tan dispar como Chubby Checker, Henry Mancini, The Shirelles y Nat "King" Cole, al joven Ted le van más los incipientes sonidos rock-blues que ciertas bandas británicas, los Yardbirds y los Stones, ponen en circulación. Como las peleas entre él y sus compañeros son cada vez más sonadas, decide eliminar a los Lourds y largarse a Chicago. Allí pasa una temporada, que se supone dedica a la mala vida y algún que otro momento de reflexión, y regresa a casa en 1967. Durante su ausencia, han pasado bastantes cosas en Detroit. Un tal Mitch Ryder está animando los clubs de la ciudad con una orquesta de 40 músicos y un hit tan humeante como "Devil With A Blue Dress". Rudy Martínez y su grupo, **Question Mark & The Mystarians**, se han quedado con la boca abierta al ver que su tema "96 Tears" llega al número uno de las listas nacionales. Otros grupos nuevos salen de los garajes para grabar en pequeñas compañías. **Bob Seger** lanza "Heavy Music" en Cameo Records y los **MC5** inyectan sus bárbaras costumbres en el single "Borderline/Lookin' At You" que A-Square Records tiene la valentía de editar. Ted Nugent dice que esto no puede ser, y en un abrir y cerrar de ojos, agrupa unos cuantos músicos y forma **The Amboy Dukes**. Ese mismo día, por la noche, pinta todas las paredes que se levantan a los costados de la principal autopista de Detroit con amenazadoras slogans de su grupo.

Según dicen algunos, la primera formación del grupo estaba compuesta por Ted Nugent (guitarra solista), **John Drake** (voz), **Steve Farmer** (guitarra rítmica), **Bill White** (bajo), **Dave Palmer** (batería) y **Rick Lobart** (teclados). La verdad es que en la carrera de los Dukes se pueden contabilizar más de 35 cambios de personal, o sea que la estabilidad era de lo más fugaz. Ted tenía entonces 17 años y su carabro se hallaba felizmente confuso entre la explosión de hard-rock que asolaba a su ciudad natal. El hecho de que las centrales discográficas de New York quisieran crear otro movimiento vendible como el de Detroit, cuya financiación obedecía a

35

Ilustración 25: Vibraciones, Diciembre 1980 (pág. 35) palabras en página de 2 columnas

5  
4  
3  
2  
1

— ¿Cómo van los negocios con Edigsa?  
— En principio se han gastado pasta en una maqueta y esto es un buen indicio. En principio pensaban que éramos un grupo punk o algo por el estilo. Cuando oyeron el disco de Sisa vieron que éramos capaces de hacer las cosas bien y se han interesado en nosotros.  
— De todas formas nos interesa conseguir un contrato con buenas condiciones. Nosotros mismos hicimos una portada para el disco y a Sisa le gustó. Pues ahora Edigsa la ha cambiado y, sin darse cuenta, han hecho un segundo diseño completamente punk... No tiene nada que ver con lo que en realidad es el disco.  
— ¿Cómo os planteáis el futuro más inmediato?  
— Nuestro plan de cada día es, por esta orden: grabar el disco, firmar un contrato y conseguir un mánager. Alguien que de verdad crea en nosotros, que nos ayude y que se enrolle a la gente. Da todas maneras, en este país lo de los mánagers está muy mal. Ya verás como terminamos trabajando con varios. Como es imposible encontrar un mánager bueno, trabajaremos con muchos malos.  
— ¿Cómo será vuestro disco?  
— Depende del contrato que consigamos. Resulta que tenemos repertorio en catalán y en castellano. Hay material para dos discos que saldrían a la vez: uno en castellano con una serie de canciones y otro en catalán con temas distintos.  
— Melodrama ha cantado siempre en catalán y este era vuestro handicap principal. ¿No es esto una concesión?  
— Pau Ribes, por poner un ejemplo, ha de hacerse en catalán. Pero lo nuestro es música pop, tanto da que la cantes en catalán, en castellano o en inglés.  
— De todas maneras Dientis tiene un acento inconfundiblemente catalán. No sé cómo puede quedar cantando en castellano.  
— No es ningún problema. Lorenzo Santamaría es mallorquín y canta en castellano. Además actualmente casi todos los que cantan en castellano lo hacen en plan sudamericano, francés o inglés. ¿En qué idioma cantan los Tóquila?  
— Musicalmente qué diferencias hay entre el antiguo Melodrama y el nuevo?  
— Antes tocábamos una canción y eso era lo único que importaba. Ahora nos interesa trabajar unos arreglos y una producción más adecuados, más coherentes. Pretendemos darle fuerza a lo que hacemos. Que suene igual en disco que en directo.  
— ¿Qué canciones van a ir en el disco?  
— Bueno, tenemos un repertorio bastante amplio: unas cuarenta canciones. Hemos hecho una selección de lo mejor, casi todas son nuevas. Tenemos canciones para grabar en disco, canciones para tocar en directo, canciones para guardar y canciones para regalar a los amigos. No hacemos música de los ochenta. Ni siquiera rock o pop. Lo nuestro es música beat.  
En efecto, las ocho canciones que forman la maqueta son verdaderas perlas de sonido beat. Los Melodrama siguen contemplando la fea realidad que nos circunda con un humor y un sentido de la melodía envidiables. Historias sentimentales de amor para corazones solitarios de barrio, sueños infantiles cortados de golpe por la furia y el estruendo de la ciudad. Ritmo, coros y finos acordes de guitarra para contar las odiseas de Felix, el rocker de la oficina. Rock & Roll de la mejor calidad para explicarte las relaciones formales entre tú, yo y tu novio. Espero que pronto todos podáis comprobarlo, que ya viene siendo hora. ■ IGNACIO JULIA

Fotos: Luis Plasinos.





349 14 126

Ilustración 26: Vibraciones, Febrero 1980 (pag.14) palabras en página de 4 columnas

En la Tabla 6 reflejamos todos los ejemplares contabilizados en la revista Vibraciones.

	# Columnas	Muestra
<b>Vibraciones</b>	<b>4</b>	Ene'80 - p.14
		Feb'80 - p.14
		Jun'80 - p.46
	<b>3</b>	May'80 - p.58
		Oct'80 - p.42
		Ene'80 - p.38
	<b>2</b>	Dic'80 - p.35
		Sep'80 - p.4
		Nov'80 - p.33

Tabla 6: Cómputo páginas a diferentes columnas de Vibraciones 1980

### C- METODO PARA EL CÓMPUTO DE PALABRAS DEDICADAS A MUJERES

Definimos a continuación el método seguido en el cómputo de palabras dedicadas a mujeres introduciendo el concepto de "líneas" con el objetivo de identificar **las menciones a mujeres en un determinado texto** a partir del **cómputo del número de líneas que se dedican a una determinada noticia, mención u otra referencia** considerando siempre el cuerpo textual completo.

La estrategia seguida en el cómputo del número de palabras totales es la misma que utilizamos ahora en el cómputo **del número de palabras asociadas a una línea[#PL]**, y para determinarla:

- **dividiremos el número de palabras por columna / el número de líneas [#PC]: [#L]**

La Tabla 7 de referencia rige en el cómputo de las informaciones protagonizadas por mujeres, palabras identificadas página a página, para cada revista, ya sean en una noticia, entrevista, reportaje o crítica, así como menciones. Especificamos que siempre que se mencione su nombre (como líderes de sus propias bandas) o formando parte de un grupo mixto donde son minoría se contabiliza la noticia entera.

	Columnas por página	Líneas	Palabras por columna	Palabras por Línea
Rolling Stone	5	80	448	6
	4	79	558	7
	3	77	715	9
NME	6	125	580	5
	5	124	669	5
	4	124	951	8
	3	121	1.175	10
Vibraciones	4	73	383	5
	3	76	501	7
	2	73	771	11

Tabla 7: Resultados del cómputo de líneas y palabras según columnas de R.S, NME y Vibraciones 1980

Ejemplificamos este proceso mediante una noticia sobre el grupo mixto *The Motels*, liderado por Martha Davis (Ilustración 27) publicada en la revista **Vibraciones dentro de la sección ZÚM, La antena exterior correspondiente al ejemplar de Marzo de 1980.**

Para esta noticia contamos manualmente el número de líneas que ocupa, resultando en 130.

Para obtener el número de palabras acudimos a la Tabla 7. Dado que se trata de Vibraciones, y que estamos en una página de 4 columnas/página, el número de palabras/línea resultante a utilizar es de 5.3.

En consecuencia, y para esta noticia, el número de palabras será:

- $130 \times 5,3$  (redondeado de 5,251) que equivale a 683 (redondeado de 682,6).<sup>57</sup>

La convención adoptada del **cálculo de palabras por línea** nos permite acercarnos al número real de palabras sin tener que contabilizarlas una a una. La pequeña desviación que podría producirse queda compensada por otros párrafos donde encontramos un número mayor de palabras, como hemos podido comprobar a lo largo de la fase de preselección de la muestra y de la codificación.

<sup>57</sup> Resultado que se puede verificar en el fichero Excel adjunto en pendrive, Línea 1008.

Título de la información	“Motelvision”
Nombre del grupo	The Motels
Tipo de grupo	Mixto
Líneas que ocupa dicha información	130
Columnas / página	4
Estereotipo texto	Mujer objeto
Número de fotos	1
Fotos mujeres	1
Estereotipo fotografía	Cosificada
Fotografía dimensiones	9x16
Área foto	144cm2
Tamaño foto	Grande
Foto subtítulo	Sí
Autor de la información	Jaime Gonzalo
Comentario *	



Ilustración 27: Ejemplar Marzo 1980, sección Zum, Revista Vibraciones 1980

**Comentario \*** “Es la chica que canta y en ocasiones esgrime la rítmica. Una mujer molestamente segura, que va llenando el espacio catódico con su mirada dura, con su rictus de *ex-teenager* oficial pasada a crooner. Camina lentamente, casi todo lo hace lentamente. Oscureciendo, con cada uno de sus movimientos, todo lo que la rodea, hasta su presencia, se hace única. Reflejando en sus retinas el peso de las historias que canta. Con algo de insinuante en su imagen. Sin dar opción para considerarla cantante de rock. Una *Lauren Bacall* con la botella de *Bourbons* al lado, contando historias de amor.”

En la fase cualitativa de análisis de resultados analizaremos el comentario del periodista descalificando a la artista, invisibilizando sus aptitudes profesionales mediante un estereotipo de género que encarna misoginia.



#### **D- CÓMO DETERMINAR LA PRESENCIA de la MUJER EN FOTOGRAFÍAS**

Para efectuar el cálculo de la presencia de mujeres en las imágenes de una página concreta de una publicación procederemos a identificar:

- a. El número de fotos totales en la página (**FTP - Fotos Totales Página**)
- b. El número de fotografías asociados a mujeres en la página (**FTM - Fotos Totales Mujeres en la página.**)

La "presencia de mujeres" en las imágenes de una página se definirá mediante la división de:

- c. **FTM / FTP (Fotos Totales Mujeres en la página divididas por Fotos Totales Página)**

Mostramos a continuación (Ilustración 28) una página de la revista Vibraciones que ejemplifica la presencia de una fotografía de mujer en la revista de Febrero 1980.

y ítipos con los revivalistas THE BEAT de las Islas Británicas.

— ¡DUJO CON LOS TECLISTAS! El primer LP de DAVE GREENSLADE para EMI se titula "Pentateuco de la Cosmogonía". Glup.

— CRUZARON EL MURO BERLINES: Después de siglos de conversaciones con los burócratas responsables, TANGERINE DREAM dieron un concierto en Berlín Este. Los jóvenes de la República Democrática Alemana se, ah, filparon con los sintetizados de sus compatriotas capitalistas.

— OTRO OLDIE RUMBO AL CIELO: Carl White, 49 años, vocalista principal de los RIVINGTONS. Que era aquel grupo que hacía aquellas canciones de pájaros tan divertidas que se llamaban "The bird is the word" y "Papa-oom-mo-mow". RP.

— ANGIUSTIAS CREATIVAS ETC: Va para largo. El nuevo LP de MEATLOAF, me refiero. Después de completar los monumentales arreglos instrumentales —fundren el control, naturalmente— resulta que nuestro querido Cacho Carne va, lo intenta y no consigue poner las partes vocales, momento en el que deduce que las canciones estén malditas. Solución: Jim Steinman, el autor, pondrá su voz y "Bad for Good" se convertirá así en su debut en solitario. Mientras, compone una nueva colección de temas para su rechoncho amigo, que está haciéndose una carrera cinematográfica sin comerlo ni beberlo.

— DESDE TIERRAS NORTEÑAS nos llega una nueva publicación dedicada al ritmo y la melodía: MUSKARIA tiene amplia información sobre el euskal rock (Itxar, Enbor, Itxiz, Salve) aparte de rollos internacionales (Fripp, Django, Henry Cow). Indispensable si estás intrigado por lo que se hace en Euzkadé, la dirección es Apdo. 43, Algorta (Vizcaya). Vale 60 pesetas.

— TIEMPOS REPRESIVOS LOS DE Johnny Lydon. El cantante de PIL recibió la visita de la policía por segunda vez en menos de un mes. Los calles le destrozaron la puerta a hachazos y no pudieron cargarle nada ilegal. John está harto de visitantes a horas intempestivas y sus abogados protestarán ("¿qué les ha hecho este pobre chico, ¿eh?").

— AL OTRO LADO DEL ATLANTICO, los duros de JUDAS PRIEST están confiando en las habilidades de la policía neoyorquina. Unos malandrines entraron clandestinamente en los Electric Ladyland Studios y se llevaron las cintas del próximo LP de los británicos, comunicando poco después que no lo soltarían a menos de que les pagaran 50.000 libras. El disco no les costó tanto pero el volver a grabarlo serán demasiado traumático por lo que los metálicos se están pensando aceptar el chantaje.

— "REVISTA DE LA MUSICA" es otro fanzine (¡hey, es buena la competencia, para que las grandes salgan de sus rutinas!). Ofrecen un menú variado: Sulf Little Fingers y Nacha Pop, Kate Bush y Self Records, Nu y Beethoven. Vale 50 ptas. y supongo que pueden dar razón de ella en Quimada Ediciones, Astorga 8, Madrid-17.

— DAVID "RECICLAJES" BOWIE lanza como nuevo single su versión de la "Alabama song" de Weill-Brecht, acoplándola con una nueva "Space Oddity". Tiempos secos últimamente ¿eh David?

— PETER HAMMILL DE PRODUCTOR: Lo demuestra con el primer LP de RANDOM HOLD, grupillo formado por Bill "801" McCormick.

— Y AL FIN PARECE QUE RCA desiste y permite la aparición del polémico "Sacred Songs", colaboración de DARYL HALL con el Fripp como productor. Siempre tarde y a regañadientes.

— CERRAMOS LA LISTA DE R.I.P., noticiando la muerte (cáncer) de Les Prior, el elemento más típico de ALBERTO Y LOST TRIO PARANÓIAS.

— Y LOS CLASH SIGUEN FINOS: Las dos últimas actuaciones de su gira norteamericana serán a beneficio de JACKIE WILSON, un grande del soul que lleva varios años en estado de vegetal. Por cierto, el tolonero de la gira será LEE DORSEY, puro sonido New Orleans. Los Clash sí que saben montárselo con respeto a la historia, la tradición y demás.

— ME PREGUNTO PORQUE nuestro dulce ELVIS COSTELLO se pone hecho una fiera al hablar de las versiones castellanas de Linda Ronstadt. Si tanto le irritan, sólo tiene que negar el permiso para que las grabe. ¿O es que las royalties son demasiado guapas?

— ¿NO TE CREIAS LO DEL REVIVAL del rhythm and blues que decíamos antes? Pues "The London R & B Sessions" es 60 minutos de lo que expresa el título grabado en el Hope & Anchor por 12 grupos, algunos de ellos hasta con discos en España (Lew Lewis Reformar, Wilko Johnson's Solid Senders, The Bishops, The Fivest). Keep playin' that mean old music, man. ■

**Zimm**

Las Hissidias

David Bowie

John Lydon

Meat Loaf

David Hall

Wilko

Ilustración 28: Vibraciones, Febrero 1980, ejemplo presencia mujer en fotografías.

A continuación, mostramos la mecánica de clasificación de una noticia. En este caso se trata de la artista Angela Bofill (Ilustración 29) en Rolling Stone. En el archivo Excel queda codificada toda la información, inclusive si es susceptible de ser analizada en el caso que transmita estereotipos de género sexistas, como vemos en el comentario del periodista Steve Holden. En este ejemplo constatamos que la imagen de 14x18 es grande dado que su área es de 252cm<sup>2</sup>.

<b>Título</b>	“Angela Bofill: a hard way to easy street”
<b>Nombre del grupo</b>	Angela Bofill
<b>Tipo de grupo</b>	Individual
<b>Líneas</b>	194
<b>Columnas</b>	5
<b>Estereotipo texto</b>	Aspecto físico
<b>Fotos total</b>	1
<b>Fotos mujeres</b>	1
<b>Estereotipo fotografía</b>	Pasiva
<b>Fotografía dimensiones</b>	14x18 cm
<b>Área foto</b>	252cm <sup>2</sup>
<b>Tamaño foto</b>	Grande
<b>Foto subtítulo</b>	No
<b>Autoría</b>	Stephen Holden
<b>Comentario *</b>	



Ilustración 29. Angela Bofill en R.S, 24 Enero 1980

\*Comentario: “Tall (five feet nine), with a pre-Raphaelite pour that tends to break into a girlish grin...”

### 3.4. Especificidad del análisis de contenido

“The production of news is a system of power” (...) “Journalism exists alongside – and interlocked with – a range of other professions and institutions with ideological functions within an entire social system” (Gitlin, 2003, p.251).

Es indudable que cada encuadre que detectamos en las rutinas periodísticas no está libre de intencionalidad. Todd Gitlin, autor de “The whole world is watching”, elaboró en 1980 una teoría sobre la cobertura de noticias por parte de los medios de comunicación en el caso de las manifestaciones estudiantiles antiguerra de 1968 en Estados Unidos calificándolas de una forma de gestión social antidemocrática.

En la presente investigación sobre la representación de género en la prensa musical de 1980, la herramienta idónea que revela cómo los encuadres de los medios -en textos e imágenes- determinan la exclusión y discriminación de género, es el análisis de contenido cuantitativo y cualitativo. El análisis de las diferentes revistas seleccionadas nos proporcionará el contexto para entender los resultados derivados de dicho análisis y para comprender mejor el contexto de creación de cada revista ofreceremos una descripción de su personalidad.

En una primera fase, y mediante el análisis cuantitativo, estableceremos la presencia y ausencia -tanto en textos e imágenes- de las profesionales de la música y extraeremos determinados elementos referidos a su tratamiento. En una segunda fase, nos dotaremos de una técnica analítica cuantitativa permeabilizada por los métodos cualitativos del análisis crítico del discurso -gracias al análisis pormenorizado de los textos e imágenes de las publicaciones- y también la misma técnica se aplica a las aportaciones etnográficas extraídas de las entrevistas realizadas a 5 mujeres profesionales relevantes del ámbito de la subcultura musical punk de los tres países.

#### 3.4.1. Clasificación de géneros periodísticos y categorías de análisis de textos

La lengua tiene un valor simbólico enorme, “lo que no se nombra no existe” insiste la activista feminista Teresa Meana (2004). La investigadora Eulalia Lledó aduce que el androcentrismo es la causa, y el origen, de unos determinados usos de la lengua que tienden a excluir o a invisibilizar a las mujeres en ella.

Consiste fundamentalmente en una determinada y parcial visión del mundo, en la consideración de que lo que han hecho los hombres es lo que ha hecho la humanidad o, al revés, que todo lo que ha realizado el género humano lo han realizado sólo los hombres, es pensar que lo que es bueno para los hombres es bueno para la humanidad, es creer que la experiencia masculina incluye y es la medida de las experiencias humanas. (Lledó, 2011, p.4)

Para referenciar esta investigación sobre la presencia de la mujer -en textos e imágenes- y sistematizar una metodología útil para la clasificación de las noticias, han resultado clave las indagaciones de Gallego (2013), Bengoechea (2015), Franquet (1994, 2006), Luxán & Azpiazu (2014) sobre la identificación de los sesgos de género encubiertos en el lenguaje y su recepción. Otras herramientas, en este caso prestadas de la estilística feminista, son las propuestas de Sara Mills (Norgaard, Montoro & Busse, 2010) que analizan cómo las cuestiones de género impactan en la producción e interpretación de textos.

Finalmente, y desde el ámbito de la epistemología feminista<sup>58</sup> identificamos, tal y como sugiere la filósofa Elisabeth Anderson, cómo ciertas concepciones y prácticas dominantes sitúan en desventaja a las mujeres y a otros grupos subordinados en la adquisición y justificación del conocimiento.

Various practitioners of feminist epistemology and philosophy of science argue that dominant knowledge practices disadvantage women by (1) excluding them from inquiry, (2) denying them epistemic authority, (3) denigrating their “feminine” cognitive styles and modes of knowledge, (4) producing theories of women that represent them as inferior, deviant, or significant only in the ways they serve male interests, (5) producing theories of social phenomena that render women's activities and interests, or gendered power relations, invisible, and (6) producing knowledge (science and technology) that is not useful for people in subordinate positions, or that reinforces gender and other social hierarchies.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> “Feminist epistemology and philosophy of science studies the ways in which gender does and ought to influence our conceptions of knowledge, the knowing subject, and practices of inquiry and justification. It identifies ways in which dominant conceptions and practices of knowledge attribution, acquisition, and justification systematically disadvantage women and other subordinated groups, and strives to reform these conceptions and practices so that they serve the interests of these groups”. Extraído de: *Feminist Epistemology and Philosophy of Science*. Stanford Encyclopedia of Philosophy Archive (2015).

<sup>59</sup> Anderson, E (2020). "Feminist Epistemology and Philosophy of Science", The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Spring 2020 Edition), Edward N. Zalta (ed.). Recuperado: 8 Julio, 2020. <https://plato.stanford.edu/archives/spr2020/entries/feminism-epistemology/>

El cometido de nuestro análisis pasa por incluir la variable de género a la hora de categorizar y conceptualizar los estereotipos sexistas incluidos en los textos e imágenes. En resumen, cada página es segregada según el género periodístico, clasificado su contenido y adjudicándole un porcentaje a cada texto, se contabilizan las líneas protagonizadas por mujeres y el número de columnas y fotografías que ocupan en cada página.

Los géneros periodísticos, expuestos previamente (Tabla 2), son propios de la prensa musical y son comunes a las tres publicaciones de la muestra. No se han diferenciado tipologías de géneros musicales (pop, rock, punk, garaje, new wave) y se han obviado las secciones de revistas que no son específicamente musicales (humor y cotilleos, cartas al director, críticas cinematográficas y literarias), así como ilustraciones y anuncios. Las categorías de análisis analizadas en este apartado son las siguientes:

- **Crítica de conciertos**
- **Crítica discográfica**
- **Entrevista**
- **Noticias de la actualidad musical general**
- **Noticias sobre próximos conciertos**
- **Novedades discográficas**
- **Reportaje**

En las informaciones hemos prestado especial atención a los titulares, ya que en los mismos se observa una relevante exclusión de género:

- **El titular de las noticias**

Otras variables consideradas son la participación profesional de la mujer en:

- **Una banda liderada por una mujer y con su nombre propio**
- **Un grupo mixto**
- **Un grupo compuesto por mujeres**

En la investigación del discurso de la prensa musical respecto a la mujer analizamos diferentes categorías de estereotipos en textos (Ilustración 30), excluyendo las portadas que tienen un tratamiento diferenciado:

- **tratamiento vicario<sup>60</sup>**
- **aspecto físico**
- **mujer pasiva**
- **mujer objeto**
- **aspectos de su vida privada**
- **aspectos de su vida pública**

---

<sup>60</sup> En el diccionario Merriam-Webster descubrimos que la palabra vicario deriva del Latín vicis, y significa: "change," "alternation," or "stead."Ejemplo: "If you act in someone's stead, you take his or her place, at least temporarily". "Vicis" is also the source of the English prefix vice- (as in "vice president"), meaning "one that takes the place of".

	<p><b>TRATAMIENTO VICARIO</b>, en el ejemplo, el periodista cuestiona la profesionalidad de <b>Carlene Carter</b>. Su representación de género solo adquiere valor cuando es relacionada con un hombre: <b>“Carter co-wrote a song with Nick Lowe (who she' would marry soon)”</b>. <b>“...Carlene Carter was first promising, then problematic. Now, with considerable help from Nick Lowe and Dave Edmunds, she's really developing”</b></p>
<p>12 Ene 1980,p.15</p>	<p><b>ASPECTO FÍSICO</b> El periodista alude a la líder del grupo <b>The Selecter</b> con un estereotipo de aspecto físico: <b>“The Selecter's diminutive, cheeky lead singer”</b></p>
	
<p>26 Junio 1980, p.16</p>	<p><b>MUJER PASIVA</b> El ejemplo presentado equivale a una estereotipación de mujer pasiva que connota su no pertenencia al feudo del rock, escenarios que no le son propios a una mujer: <b>“Hace años ofrecimos un artículo de Diego A. Manrique que repasaba el deambular del sexo femenino por los escabrosos terrenos del rock”</b>.</p>
	
<p>Febrero 1980, p.21</p>	<p><b>MUJER OBJETO</b> Un ejemplo referido a la cantante Cristina (Monet Zilkha): <b>“A wretchedly hedonistic hotsie from Island”, “A sketchy bio let us know has an IQ of 165...”, “ I bet she has trouble keeping her fingernails looking good”</b>.</p>
	
<p>9 Feb. 1980, p.21</p>	<p><b>ASPECTO VIDA PRIVADA</b> En la frase se enumeran aspectos de la vida privada de la intérprete Marianne Faithfull que serían irrelevantes en la crítica de su disco: <b>“... Had a miscarriage... and attempt of suicide, attempts of heroin...”</b>, <b>“But that face was always a paradox, the face of the virgin who knows every means to seduction.”</b></p>
	
<p>24 Ene1980 ,p.66</p>	<p><b>ASPECTO VIDA PÚBLICA</b> El periodista alude a la cantante y compositora Alaska otorgando que su popularidad proviene de su deambular por la escena pública: <b>“El "morro" que Alaska le echa a su rollo es increíble. Tan graciosa resulta con su guitarra en el escenario como mala cuando intenta sacar algo de sus cuerdas”</b>.</p>
	
<p>Abril 1980, p. 52</p>	

Ilustración 30: Categorías de los estereotipos en los textos analizados.



Uno de los hallazgos relevantes en el análisis pormenorizado de las diferentes publicaciones es la identificación de un número de informaciones que contribuyen a visibilizar alguno de los ejes de discriminación como la identidad de género, raza, orientación sexual, clase, origen y las opresiones propias del sistema patriarcal. Este tipo de contenidos (Ilustración 31) lo hemos calificado como:

- **noticias con perspectiva de género**

Se trata de noticias que contribuyen a aportar una perspectiva feminista y son elaborados, en su mayoría, por las redactoras de las revistas Rolling Stone y NME, ambas con staff femenino. No es el caso de Vibraciones que contaba con única colaboradora y que ejecutó una resistencia vía performatividad.

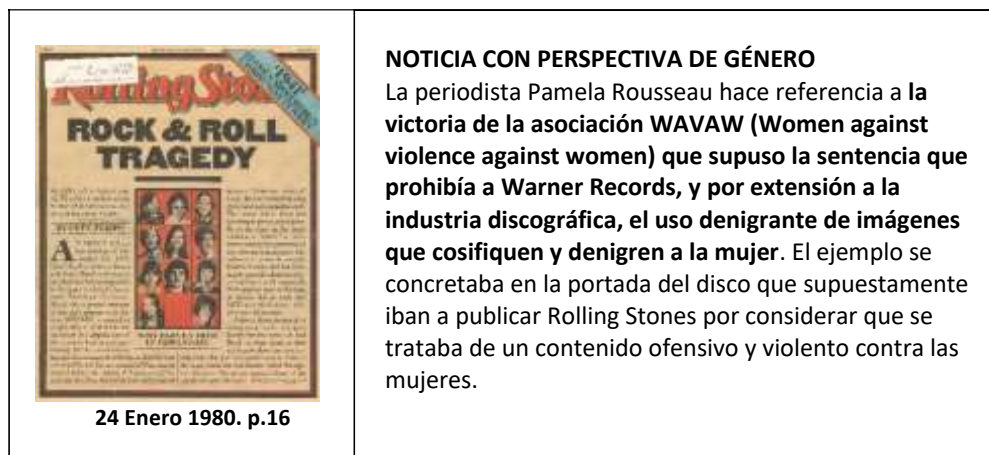


Ilustración 31: Ejemplo de noticia con perspectiva de género

### 3.4.2. Clasificación de las imágenes

El análisis de contenido visual es un método observacional para testear hipótesis sobre la forma en que los medios nos representan: “it allows the description of fields of visual representation by describing the constituents of one or more defined areas of representation, periods or types of images” (Leeuwen&Jewit, 2004, p.14).

El análisis de contenido visual de 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.

(..) al pensar en la foto de prensa -desde las reglas del periodismo- tenemos que pensar en una imagen con componentes informativas, con cierto grado de mimesis, con componentes simbólicas (participa de los valores que se le asignan por cultura) y con componentes formales. Sus usos, que una u otra componente pase a tener una lectura dominante, dependen de los criterios de noticiabilidad imperantes, de las rutinas productivas y de la ideología profesional que se activa para programar en la agenda un tipo de foto como material de interés (Ledo, 1998, p. 94).

En la definición del papel del profesional en la construcción del discurso mediante imágenes, Ledo (1998) plantea que existe una relación de poder dado que la fotografía es un producto de contenido simbólico en la que su autor/a escoge “un determinado modo de observar ciertas convenciones, de codificar su trabajo y de convertirlo en un producto de comunicación” (1998, p.148).

El propósito del análisis de las imágenes de la presente investigación es indagar en la representación de la mujer por parte de la prensa musical en 1980 y en qué medida se respeta su individualidad, o en cambio reproducen alteridad y transmiten estereotipos sexistas que responden a una visión androcéntrica del mundo donde el hombre es el referente, la medida social y política. En las portadas de las revistas, 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.

Uno de los análisis visuales relevantes en este sentido es el estudio que llevó a cabo Block (2010) sobre portadas de revista *Rolling Stone* con el foco en la raza y las minorías, infiriendo que los afroamericanos han sido excluidos de la revista por decisiones editoriales. Su estudio parte de la premisa que la estereotipación a la que les han sometido, a la vez que la apropiación cultural de su legado, han ofrecido una narración muy limitada de la raza en la historia del rock. En el análisis de la jerarquía racial, Block (2010) utiliza fotografías de afroamericanos y observa que en ellas existe una explotación sexual y física, mientras que a los artistas blancos se ensalzan más los aspectos contemplativos que reflejan su interior. La discriminación cristaliza con mecanismos y técnicas como desenfocar imágenes o utilizar ilustraciones para desvirtuar este movimiento.

Una de las referencias sobre la objetificación sexual en videos musicales nos la proporcionan Stevens, Frisby (2011), quienes aportan una categorización de estereotipos de género con unas variables enfocadas en elementos visuales y en la mirada del intérprete y el destinatario/a de la misma. Algunas de las unidades de análisis valoradas en su estudio son la demografía, la sexualización -mostrando partes del cuerpo-, el rol decorativo de la mujer en el video, el énfasis en el atractivo físico y cómo la mujer es valorada por su habilidad de usar su cuerpo para resultar sexualmente seductora, ya sea a través del baile o su indumentaria.

Finalmente referenciamos el estudio pionero sobre la percepción visual, publicado en 1979 por Rudolf Arnheim (2019) donde enumera los componentes básicos de la obra de arte mostrando la universalidad de factores como el equilibrio, forma, espacio, luz, color, movimiento, dinámica, expresión. Otras investigaciones más recientes, relacionadas con la temática y composición visual de Instagram (Ramos-Serrano & Martínez-García, 2016) señalan valores como el tipo de plano, ángulo de la fotografía (ojos, plano amplio, bajo), color (brillante, cálido, blanco y negro).

En nuestro caso, la aproximación al objeto de estudio es más global y cuantitativa, y no entraremos en examinarlos, nuestro cometido se ciñe a una ordenación de las diferentes imágenes estereotipadas según unas variables complementado con una observación semiótica cualitativa. El primer paso, en este sentido, será el análisis pormenorizado del tamaño de las imágenes que acompañan al texto. Para poder contabilizarlas hemos establecido tres tamaños que se aplican a los tres formatos de revistas: pequeñas, medianas y grandes.

La metodología para clasificarlas radica en comparar el área de cada fotografía en relación con el área total de una página impresa de acuerdo con el siguiente esquema:

- **Pequeñas:** son aquellas fotografías cuya área es menor o igual que  $1/10$  parte del área total
- **Medianas:** son aquellas cuya área es mayor de  $1/10$  parte del área total, y menor de  $1/4$  parte del área total
- **Grandes:** son aquellas cuya área es mayor de  $1/4$  parte del área total.

Estos parámetros se han obtenido en la fase del pretest al comprobar los tamaños lineales de las fotografías presentes en cada publicación analizada y que detallamos a continuación (Ilustraciones 32, 33, 34).

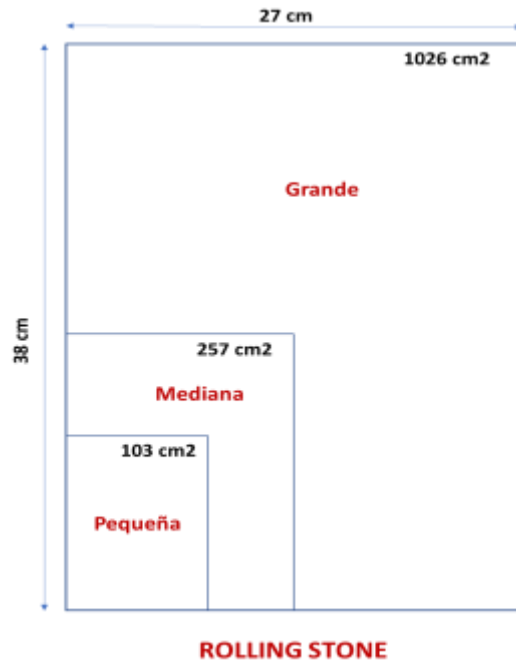


Ilustración 32 : Relación tamaños fotografías según página de R.S



Ilustración 33 : Relación tamaños fotografías según página de NME

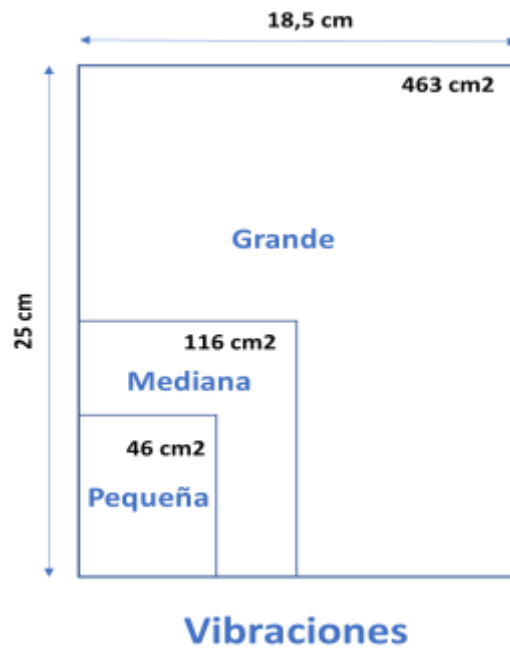


Ilustración 34 : Relación tamaños fotografías según página de Vibraciones

En la Tabla 8 reproducimos resumidas las dimensiones lineales de cada publicación en centímetros, y su área equivalente en cm<sup>2</sup>.

	Dimensiones lineales página (cm)	Área equivalente página (cm <sup>2</sup> )
<b>Rolling Stone</b>	<b>31x25</b>	<b>775</b>
<b>NME</b>	<b>27x38</b>	<b>1026</b>
<b>Vibraciones</b>	<b>25x18,5</b>	<b>463</b>

Tabla 8: Equivalencias dimensiones páginas R.S, NME, Vibraciones 1980

A continuación (Tabla 9) presentamos la convención para clasificar los tres tamaños de fotografía resultado de la comparación del área de cada fotografía en relación con el área total de una página impresa.

		10		4	
		1/10 parte área página (cm <sup>2</sup> )		1/4 parte área página (cm <sup>2</sup> )	
<b>Rolling Stone</b>	Foto pequeña <	<b>78</b>	< Foto mediana <	<b>194</b>	< Foto grande
<b>NME</b>	Foto pequeña <	<b>103</b>	< Foto mediana <	<b>257</b>	< Foto grande
<b>Vibraciones</b>	Foto pequeña <	<b>46</b>	< Foto mediana <	<b>116</b>	< Foto grande

Tabla 9: Autoría propia. Convención para clasificar los tamaños de las fotografías

Una vez determinadas las dimensiones de las fotografías, las clasificamos **segregándolas por sexo** estableciendo la presencia de la mujer en ellas, y con el criterio de recabar datos, llevamos a cabo una observación pormenorizada de aquellas en las que se muestran los diferentes **estereotipos de la figura femenina**.

Una de las variables que tomaremos en consideración (Ilustración 35) es la representación de la mujer como figura con:

- presencia propia y de forma **individual**
- si se representada **en grupo**
- o en la **carátula del disco**.




INDIVIDUAL	EN GRUPO	CARÁTULA
		

Ilustración 35: Ejemplo de clasificación de fotografías, individual, en grupo, carátula.

Uno de los elementos relevantes por su expresión artística es la carátula del disco, un soporte en el que la representación de la mujer es, en muchos casos, la de un objeto decorativo con claras finalidades promocionales y comerciales.

Poynor (2018), autor de un completo análisis gráfico de más de 500 artefactos de la cultura visual del punk entre 1976-1980, admite que la inmediatez que transmitían los gráficos de las portadas de los discos, llenos de energía y dinamismo, eran un reflejo de la actitud de sus seguidores participando de la insubordinación cultural y social. Una característica propia de la cultura del *DIY* era el rechazo al mandato consumista, una coyuntura que favoreció que muchos grupos de mujeres publicaran sus discos en los sellos discográficos independientes con la libertad de vincular su visibilidad a su talento y agencia, no solo a su imagen como pregonaban e imponían las *majors*.

Hemos tomado como referencia los trabajos de categorización de estereotipos llevados a cabo por las especialistas en género y comunicación, Juana Gallego y Mercedes Bengoechea. En este caso la consulta a fuentes relevantes, siempre que ha sido posible, ha constituido una herramienta estratégica valiosa.

Las variables utilizadas en la medición son (Ilustraciones 36 y 37):

- **Actitud pasiva o activa de la mujer**, -en el caso que sea neutra no será valorada-
- **Representación cosificada**<sup>61</sup>
- **Representación fragmentada**
- **Con los ojos cerrados**. La ocultación de su mirada implica una ocultación de su agencia.
- **Mostrando un aspecto de la vida privada**.
- **Imágenes subtituladas**. Nos permiten dimensionar la invisibilidad.

---

<sup>61</sup> Denominamos 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, p.30).






ACTIVA	PASIVA	COSIFICADA
		

Ilustración 36: Ejemplo de clasificación de fotografía activa, pasiva y cosificada.

FRAGMENTADA	OJOS CERRADOS	ASPECTO DE SU VIDA PRIVADA
		

Ilustración 37: Ejemplo de clasificación de fotografía fragmentada, ojos cerrados, aspecto de vida privada.

### 3.5. Análisis cualitativo: las entrevistas. Una antropología punk

Una vez descritas las variables destinadas al análisis de los contenidos de textos e imágenes y vaciado de los 35 ejemplares de la muestra de las 3 revistas musicales de 1980, presentamos ahora los parámetros del análisis cualitativo de las entrevistas a cinco mujeres del movimiento punk en Estados Unidos, Reino Unido y España. El análisis se ha acotado al ámbito punk por la falta de estudios dedicados a este colectivo que tiene unas características particulares. Extenderlo a más géneros musicales trascendía las posibilidades de la presente tesis.

Leblanc (2008), en su obra sobre el análisis de la resistencia de la mujer en la subcultura punk y su representación -sexualizadas, no-sexualizadas y anti sexuales-, ofrece una investigación sobre cómo reconciliar esta identidad codificada como masculina con la rebelión de la mujer contra los estereotipos de género admitiendo que en la escena punk la mujer y la feminidad no eran enteramente bienvenidas.

Although punk as commonly viewed as a liberating time for women in the history of rock, its roots in the machismo and “masculinism” of the ‘60’s garage rock were bound to resurface in due time. Early punk was not entirely free of misogyny, with bands such as Stranglers, the Dead Boys, and even Blondie occasionally putting forth unabashedly sexist lyrics and publicity. (2008, p.47)

En la selección de las participantes de la presente investigación se establecieron 3 criterios:

- **Género**
- **Vigencia de su actividad durante el movimiento punk (1975-1985)**
- **Localización, o geográfico**

El primer diseño metodológico consideró un análisis comparativo contextual entre artistas de Estados Unidos y España durante dos periodos: 1975-1985, y la actualidad (2010-2020). Una segunda propuesta se centró en llevar a cabo una serie de entrevistas a mujeres de la industria musical en tareas de producción, consumo e ideología de la música rock. Se valoraron perfiles de ejecutivas de discográficas, periodistas y directoras de prensa, editoras, promotoras de conciertos, mánagers, responsables de *booking* y de asociaciones profesionales de mujeres en la música.

Se optó finalmente por una indagación única centrada en dar significación a las historias de vida de cinco pioneras en el género punk valedoras de un prestigio mediático y comercial de sus carreras y comprobar que la exclusión es indiferente del origen, trasciende geografías y se extiende a la contemporaneidad.

Paralelamente, mediante una indagación centrada en 40 entrevistas radiofónicas a **mujeres de diferentes generaciones trabajando en todos los sectores de la industria musical**<sup>62</sup> pudimos constatar la vigencia de la discriminación de género en España en 2019. La proximidad e intimidad del formato directo en el medio radiofónico permitió atestiguar la lenta transformación de roles en sus trayectorias personales, conocer sus referentes, y unas perspectivas de futuro poco optimistas. La exclusión de la mujer sigue vigente en los escenarios y sin signos de remisión, si nos atenemos a los porcentajes de contratación en las programaciones de los festivales musicales españoles<sup>63</sup> que no superan el 20%. Esta actividad nos permitió ajustar la herramienta metodológica de las entrevistas efectuadas finalmente para la presente investigación.

En los aspectos positivos, surge el consenso de que la irrupción de la digitalización ha supuesto un cambio de procesos y dinámicas en las carreras de muchas artistas otorgándoles mayor control sobre su trabajo. En este sentido existe un paralelismo con el ethos de la escena *DIY* de las pioneras punk que empoderó a la mujer gracias a la creación de las herramientas de autogestión.

Finalmente, para la selección de la muestra investigada, se consideraron **criterios de interseccionalidad** y se establecieron contactos con diversas artistas del panorama nacional español como Ana Curra (Parálisis Permanente), Alaska o Silvia Resorte, y artistas internacionales como Julie Cafritz (Pussie Galore), Patty Schemel (Hole), Phranc, Joan Jett, Charlotte Caffey (The Go-Go's), Viv Albertine (The Slits), Chrissie Hynde (The Pretenders), Patti Smith y Björk.

En la elección de artistas españolas advertimos un rechazo en rescatar una trayectoria del pasado conflictiva con el presente profesional. En las peticiones de entrevistas internacionales obtuvimos negativas por parte de Viv Albertine (Slits) así como de Patti Smith y Björk, fruto de las limitaciones descritas establecimos la muestra para las entrevistas en 5 perfiles. Se trata de cinco artistas de tres nacionalidades y grupos demográficos similares adscritas a la filosofía del movimiento punk, y en activo durante el periodo 1975-1985 y que corresponden a:

- **Exene Cervenka y Alice Bag**, representantes del punk de la costa oeste de Estados Unidos
- **Gaye Black y Gina Birch**, ambas representantes del punk británico.
- **Loles Vázquez**, representante del punk vasco español.

---

<sup>62</sup> Las entrevistas pueden consultarse públicamente en la web de [Radio Nacional de España](http://radio.nacionaldeespana.es). Sección de A. Bronsoms: "¿On son les dones en la música?" emitido los lunes de la temporada 2018-2019 en el magazine "Amics i coneguts" de la emisora Radio 4 (RNE) de Catalunya.

<sup>63</sup> Datos del recuento de la contratación de mujeres en los festivales de España en 2019. Consultado en: <http://mujeresy musica.com/presencia-de-las-mujeres-en-los-festivales-en-2019/>, 24 de septiembre 2020.

El año 1980 es el momento de apogeo de sus trayectorias -la génesis del punk se sitúa en 1976- y está atravesado por un contexto histórico-político singular. En este sentido se considera valioso el caso español por ser representativo de la experiencia de la mujer transitando hacia la “adquisición de una autonomía ante la homogeneización social y la disciplina” que supuso la desconexión del mundo que provocó el franquismo hasta 1975 (Gil, 2011, p. 123).

La marginalización de la mujer en el punk no era diferente de otros géneros musicales, una realidad que los medios especializados *mainstream* ignoraron a pesar de que el fenómeno fue ampliamente publicitado en las revistas especializadas.

El cuestionario de las entrevistas, que puede consultarse en el anexo, se ha estructurado alrededor de cuatro ejes que nos permiten explorar particularidades contextuales y estructurales de su entorno y entender cómo el factor de la discriminación acabó invisibilizando su obra. Para su elaboración se ha partido de un total de 30 preguntas descriptivas y explicativas con el objetivo de dar respuestas concretas a las preguntas de investigación enfocadas a clarificar como percibieron la discriminación, y rescatar la peculiaridad de la resistencia de las mujeres punk. El cuestionario final se ha fragmentado en cuatro apartados dirigidos en averiguar:

- Detalles sobre el contexto de los inicios de su carrera
- Igualdad de oportunidades y visibilidad de su música
- Obstáculos en el desempeño de su carrera
- Identidad y empoderamiento

Las respuestas han ofrecido conclusiones en línea con las hipótesis de partida:

1. Algunos referentes feministas de la historia, no sólo de la música, les ofrecieron perspectivas de transformación con las que redefinir su agencia identificándose con un feminismo punk.
2. El ethos *D.I.Y* propició la normalización de nuevas identidades de género más inclusivas, y facilitando su aceptación en entornos de trabajo masculinizados.
3. Las culturas empresariales sexistas de la industria musical (falta de conciliación, discriminación en contratos, *gatekeepers*) fueron factores de abandono de sus carreras.
4. El empoderamiento les ayudó a romper con los estereotipos y combatir el sexismo.

Las entrevistadas testimonian la importancia de esta escena pionera y cómo su empoderamiento feminista y su resiliencia les permitieron salvar los obstáculos de una industria musical patriarcal y androcéntrica.

## Capítulo 4: Resultados

## 4.1. Personalidad de las revistas analizadas

En este apartado presentamos cada una de las revistas analizadas con una descripción histórica y cronológica de su inicio y evolución. Este análisis editorial, junto con las referencias históricas de cada país, aportadas con anterioridad, nos darán las claves interpretativas para efectuar un análisis en profundidad de las informaciones musicales.

### 4.1.1. Rolling Stone



1	<b>Inicio- final publicación</b>	Desde 1967 hasta hoy.
2	<b>Grupo editorial</b>	Straight Arrow Publishers Inc.
3	<b>Periodicidad</b>	Bisemanal. Desde 2018, mensual.
4	<b>Staff</b>	82 hombres-64 mujeres (Enero 1980), 98 hombres-63 mujeres (Junio 1980)
5	<b>Distribución</b>	325.000 copias (1974), 1 millón (1985) en EEUU
6	<b>Ediciones internacionales</b>	Argentina, Australia (de 1972-2018), Brazil, Bulgaria (2009-11), Chile (2003-11), China (2006), Croatia, Colombia, Germany, France, India, Indonesia (2005-19, hoy online), Italy, Japan. México, Dubái, Rusia, España, Turkey, South África, United Kingdom (1969-72)
7	<b>Número páginas</b>	62-86
8	<b>Color / Blanco y negro</b>	Color
9	<b>Precio en 1980</b>	1'25\$ (4'20\$ en 2020)

*Fuente: Elaboración propia con datos de las webs de las revistas y otros recursos*

El primer número de *Rolling Stone* (abreviado desde ahora como R.S) se publicó el 9 de noviembre de 1967 como revista bisemanal ligada al movimiento contracultural norteamericano.

“Conceived during the Summer of Love in 1967, Rolling Stone was always a creature of the San Francisco counterculture” ... “But Rolling Stone’s identity can also be traced to two other sources: Berkeley’s culture of dissent and *Ramparts*<sup>64</sup> magazine, the legendary San Francisco muckraker” (Richardson, 2009, p.2).

El germen de R.S lo conforman Ralph Gleason (1917-1975), uno de los editores del staff de la revista *Ramparts*, junto a Jann Wenner (1946), ambos partícipes del movimiento de libertad de expresión FMS (The Free Speech Movement FSM)<sup>65</sup> liderado por los estudiantes de la Universidad de Berkeley y relacionados con el Movimiento de Derechos Civiles y contra la Guerra de Vietnam. Wenner no era un recién llegado al periodismo, en su época de estudiante ya llegó a escribir sobre las tendencias culturales de los años 1960, pero también sobre drogas y la escena musical psicodélica. “In February 1966, Wenner (under the pseudonym Mr. Jones) was hired by the Berkeley campus paper The Daily Californian to write weekly music columns”<sup>66</sup>.

La revista R.S cristaliza gracias a un préstamo financiero de 7.500\$ que convierte a Jann Wenner en editor de la misma, y a su mentor, Ralph Gleason, en patrocinador, constituyendo la publicación más influyente y rentable de la década.

You’re probably wondering what we are trying to do. It’s hard to say: sort of a magazine and sort of a newspaper. The name of it is Rolling Stone, which comes from an old saying: 'A Rolling Stone gathers no moss.' Muddy Waters used the name for a song he wrote, The Rolling Stones took their name from Muddy’s song, and 'Like A Rolling Stone' was the title of Bob Dylan’s first rock and roll record. (Jann Wenner. “A letter from the editor”)<sup>67</sup>

---

<sup>64</sup> Ramparts, fue una publicación política y literaria estadounidense ilustrada en circulación desde 1962 a 1975. Tiene su origen en Menlo Park (California) y fue reconocida como la revista de izquierdas de la era (New Left), cubriendo episodios históricos como las teorías conspiratorias sobre el asesinato de Kennedy, los diarios de Che Guevara o los diarios del líder del partido Black Panther, Elridge Cleaver. Ramparts alcanzó ventas de 250.000 ejemplares en 1968 y su legado contribuyó a la creación de revistas como Mother Jones y Rolling Stone.

<sup>65</sup> On Nov. 20, 1965, the Free Speech Movement (FSM) of the University of California, Berkeley, organized a protest of several thousand students outside a meeting of the Regents of the University of California. The regents were gathered to discuss how to deal with the FSM. The movement had grown out of students involved in the Civil Rights movement and became a sign of the power of student activism that would be a trademark of the 1960. Recuperado Diciembre 2019 de: <http://picturethis.museumca.org/timeline/unforgettable-change-1960s/free-speech-movement/info>, <https://fsm.berkeley.edu/notable-bios/>, <https://bancroft.berkeley.edu/CalHistory/60s.html>

<sup>66</sup> Elena Sidorova: "An alternative to the mainstream: the coverage of the 1972 U.S. presidential campaign in the magazine Rolling Stone", RITA [en ligne], n°11 : juillet 2018: <http://revue-rita.com/dossier-11/an-alternative-to-the-mainstream-the-coverage-of-the-1972-u-s-presidential-campaign-in-the-magazine-rolling-stone-elena-sidorova.html>

<sup>67</sup> Rolling Stone. N°1. p.2. A. Greene: “Rolling Stone’s First Issue: An Anniversary Flashback”. Recuperado Enero 2019 de: <https://www.rollingstone.com/music/music-news/rolling-stones-first-issue-an-anniversary-flashback-62637/>

R.S trataba a los grandes músicos como deidades, construyendo a su alrededor el mito del *rockero* como genio del arte (Long, 2012) y más allá de reflejar los cambios en el panorama del rock'n'roll, las entrevistas a las superestrellas, los obituarios de los mitos de la época -Janis Joplin, Jimi Hendrix o Jim Morrison-, R.S se convirtió en una de las fuentes de información más fiables de una década histórica de transformación cultural, política y económica en los EE. UU: “an extraordinary moment in American culture. There was a new sense of freedom in the air and that was reflected in the music, in the drugs, in everything. You could feel it coming like a hurricane” (Arnold, 2018, p.40).

El 25 de Junio de 1970 dos de sus editores, David Dalton y David Felton, publican una controvertida entrevista con Charles Manson otorgándole la preciada portada y un falso estatus de estrella de rock. R.S inicia un viraje político cubriendo otros temas como el secuestro de Patti Hearst o las elecciones de 1972. Artículos como “Let It Bleed”, sobre el caos organizado por los Hell Angels en el concierto de Altamont en 1969 validan su labor periodística con el National Magazine Award for Specialized Journalism en 1971.

Wenner adquirió estatus de figura mediática sosteniendo y tutelando a ciertos artistas y popularizando autores que otorgaron credibilidad a la revista como Tom Wolfe, Truman Capote, Greil Marcus, Lester Bangs, Cameron Crowe, Joe Eszterhas o el iconoclasta Hunter S. Thompson, quien publicó en R.S una versión reducida de su célebre “Fear and Loathing in las Vegas”.

En 1973, Wenner, contrata a la célebre fotógrafa Annie Leibovitz cuando todavía era estudiante del San Francisco Art Institute, y la convierte en responsable de fotografía de la revista contribuyendo con su estilo único a que sus portadas alcanzaran un estatus icónico de la cultura popular. Wenner ha ejercido de editor de la revista hasta 2017 y ha presidido el *Rock and Roll Hall of Fame*<sup>68</sup> hasta 2019.

---

<sup>68</sup> Rock and Roll Hall of Fame, institución cofundada en 1983 por el empresario discográfico Ahmed Ertegun y Wenner con un pequeño grupo de ejecutivos de compañías discográficas y profesionales de la industria musical. La sede abrió sus puertas en Cleveland en 1995 dedicada al recuerdo y memoria de los artistas más famosos e influyentes en la industria musical a través del género de la música rock. En los últimos años ha sido criticada por su falta de inclusividad.



Rolling Stone was a crucible of the New Journalism, as many of its writers veered away from traditional objectivity to experiment with the techniques of fiction—reportorial immersion, extended dialogue, shifting perspectives, immediacy of voice, structural variety. Of course, the most famous of these pieces were written by the writer who came to personify the magazine: the inimitable Thompson, the inventor of gonzo journalism, which he described to me as “learning to fly as you’re falling.” (R. Cohen)<sup>69</sup>

Rolling Stone ha sido una publicación prodemocrática, así lo manifestó Wenner en The New York Times. “Rolling Stone has always been “a bastion of liberal ideology” and “a required stop for Democratic presidential candidates”<sup>70</sup>. La reputación de R.S por su diseño visual ha sido garante de notables ingresos cooperando con la industria en la promoción de músicos, y a pesar de su interés en abrirse a temas de interés general para ampliar la demografía de sus lectores, la revista no ha tratado el feminismo ni temas de raza. En 1971 el 70% de sus lectores eran hombres y el 50% estaban en la universidad.

Wenner began covering some broader issues that were of general interest to his potential readers. These issues included, among others, hippie lifestyle, sexual revolutions, environmentalism, gay rights, free speech, anti-war and anti-nuclear rhetoric. At the same time, Rolling Stone never wrote about feminism and was reluctant to write about race. <sup>71</sup>

En 1981 R.S cambia su base de operaciones de San Francisco a Nueva York e inicia una remodelación pero manteniendo el formato periódico muy al uso entre las publicaciones coetáneas del rock: *Billboard*, *iCrawdaddy!*, *Village Voice*, *Creem*, *Spin*, *L.A Weekly*, *Star Magazine*, *Interview* o la revista underground bimensual *WET*<sup>72</sup> de Los Angeles.

---

<sup>69</sup> Referencia: The Atlantic: The rise and fall of *Rolling Stone*. Rich Cohen, December 2017 issue. Recuperado diciembre 2018: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/12/rolling-stone-iann-wenner/544107/>

<sup>70</sup> Ember, S. (2017). “Rolling Stone, once a Counterculture Bible, Will Be Put Up for Sale”. The New York Times. Recuperado Diciembre 2019 de: <https://www.nytimes.com/2017/09/17/business/rolling-stone-magazine-sale.html>

<sup>71</sup> Elena Sidorova: "An alternative to the mainstream: the coverage of the 1972 U.S. presidential campaign in the magazine Rolling Stone", RITA [en ligne], n°11 : juillet 2018: <http://revue-rita.com/dossier-11/an-alternative-to-the-mainstream-the-coverage-of-the-1972-u-s-presidential-campaign-in-the-magazine-rolling-stone-elena-sidorova.html>

<sup>72</sup> WET (1976-1981) fue una de las revistas más importantes y mejor diseñadas en la historia del diseño de EE. UU. La editora musical de WET entre 1979-1918 fue Kristine McKenna quien en pleno apogeo punk dotó a la revista de una nómina de grandes colaboradores desde Beverly Parker, Lisa Powers, Herb Ritts, Guy Webster, Matt Groening.

Durante los años 1980, la aparición de los nuevos canales televisivos como MTV y la progresiva democratización en el campo de la comunicación derivan en una pérdida de popularidad y ventas. Este panorama compelió a sus responsables a dejar de lado progresivamente los contenidos relativos a movimientos alternativos como el punk, o estilos emergentes como el hip hop, centrándose más en la cobertura del mundo del entretenimiento.

En 1980, periodo de análisis de la revista, el staff de R.S lo constituían una media de 150 empleados entre los que figuraban 60 mujeres. Concretamente en el ejemplar 25/1/1980 -y en el equipo de editores senior- hemos contabilizado 3 hombres y una mujer, Barbara Downey, destacando asimismo a una mujer como editora jefe (Harriet Fier), y tres mujeres y 12 hombres en el rol de editores asociados.

La diferencia entre editor/a y el/la editor/a asociado/a, estriba en que el/la primero/a establece la línea editorial y los procesos de creación y ejecución de la revista, y propone acciones para el mejoramiento de la publicación clasificando y revisando la pertinencia del contenido en relación con cada sección, el soporte investigativo, así como la presentación y coherencia interna del artículo. Para efectos de soporte y orientación, el/la editor/a están apoyados/as por editores/as de sección.

Los porcentajes referidos al staff ofrecen una promesa de una mayor inclusión de temas o contenidos musicales sobre mujeres pero, muy al contrario, hemos constatado que en un ejemplar del semanario correspondiente al 5 de febrero de 1981 (fuera del rango de nuestro análisis) la revista excluye por completo a la mujer del total de 18 páginas destinadas a temas estrictamente musicales. Este hecho puede relacionarse con que en esta época la revista trasladó sus oficinas a Nueva York, recortó plantilla y optó por un cambio de orientación y formato.

Una de las teorías sociales para comprender la segregación de género ocupacional que esclarecen el porqué de la exclusión de las mujeres de los mejores trabajos es en términos del patriarcado, ligando al capitalismo y clase con el poder y el control masculino (Blackburn, Browne, Brooks & Jarman, 2002). En nuestro análisis con perspectiva de género asumimos que la subordinación y exclusión de la mujer son consustanciales en la cultura empresarial. La socióloga del género Joan Acker cuestionó a finales de los años 1980 la no neutralidad de las organizaciones arguyendo que existe una jerarquía por la cual las tareas se estratifican por complejidad y responsabilidad derivando en una desigualdad. Sugiere que el mantenimiento de esta jerarquía de género es posible por unos acuerdos tácitos que excluyen a la mujer y están basados en argumentos sobre la reproducción, la emocionalidad y la sexualidad de las mujeres.

The most powerful organizational positions are almost entirely occupied by men, with the exception of the occasional biological female who acts as a social man (Sorenson, 1984). Power at the national and world level is located in all-male enclaves at the pinnacle of large state and economic organizations. (Acker, 1990, p.139)

La perspectiva de Acker sobre los cuerpos, jerarquías y trabajo, aluden al individuo universal construido a partir de un cuerpo masculino. En este escenario, la mujer, cuyo cuerpo es sexualizado y objetualizado para alcanzar las cualidades de un verdadero trabajador, debe convertirse como un hombre: “Women's bodies cannot be adapted to hegemonic masculinity; to function at the top of male hierarchies requires that women render irrelevant everything that makes them women” (1990, p.153).

El sesgo de género en publicaciones como R.S podría explicarse por la acción del crítico musical como intermediario cultural y *gatekeeper* de los medios. Un testimonio que trabajó como fotógrafo en la industria de la época desmitifica el negocio y cita estrategias que aluden al propio Jann Wenner, el fundador de Rolling Stone, quien asignaba la crítica de un mismo disco a varios periodistas de su staff escogiendo la que se ajustaba a su gusto o a sus intereses.

Rolling Stone ha recibido críticas a la falta de imparcialidad e inclusividad. Un ejemplo es la lista que confeccionó uno de sus críticos David Fricke, en 2003, sobre los mejores y más influyentes guitarristas del rock: “100 Greatest Guitarists”<sup>73</sup> y en la que únicamente cita a dos mujeres. Excepcionalmente, y en el análisis de contenidos de 1980, hemos constatado que el periodista musical y crítico literario Greil Marcus dedicó un completo reportaje a la escena postpunk femenina inglesa.

No podrían ser más elocuentes, a este respecto, las declaraciones de Robert Hilburn, editor musical de Los Angeles Times -y colaborador de la editora de R.S- considerado el crítico estadounidense más influyente del pop. Hilburn estima que el rol de un buen crítico musical es escribir sobre el número uno, o sobre alguien que es bueno, y admite que esta recomendación la recogió precisamente del fundador de R.S, Ralph Gleason.

Every year there are 52 albums that they are number one. So, do you want to spend every week talking about what is number one, realizing that half of those records are going to be forgotten in half a year? Ralph Gleason, I used to read, he always wrote of someone that was good. The goal that I set up was: in 10 years that artist is going to matter? Who is going to last? You want to try to talk about artists that are popular, not the ones that are not good. (Hilburn, 2012)

---

<sup>73</sup> Consultado Julio 2019: <https://www.rollingstone.com/music/music-lists/100-greatest-guitarists-david-frickes-picks-146383/greg-ginn-227920/>

Darías (2018), en su estudio sobre música y medios de comunicación en los años 70, ahonda en la importancia de la maquinaria que rodea la música popular cuestionando la ética del periodista al servicio de la industria. Afirma que los años dorados de la crítica musical han quedado atrás y que a pesar de que la influencia de la radio y la televisión es mayor que el de las revistas, “hay pocos honores mayores en la carrera de un músico que ser portada de *Rolling Stone*, incluso en el estado actual de la prensa musical” (2018, p.85).

En 1994, R.S emprende una expansión editorial internacional a más de 20 países entre ellos Alemania (1994), Argentina (1998), Brasil (2006), China (2006), Colombia (2013), España (1999), Francia (2002) India (2008), Indonesia (2005), Italia (2003), Japón (2007), México (2009), Rusia (2004) y Turquía (2006). Australia, país donde se implantó 5 años después de iniciar su andadura en los Estados Unidos, ha detentado la edición internacional más longeva hasta 2018. R.S nació allí como un suplemento de una revista contracultural de Melbourne denominada *Revolution* hasta que alcanzó status propio en 1972 y cambió su base de operaciones a Sídney con una distribución de 35.000 copias pero con poca atención a la escena local.

Es indudable el impacto mundial de Rolling Stone como autoridad musical en la cultura popular contemporánea en sus más de 50 años de existencia. La digitalización de la revista a finales de los años 90, los cambios en el formato y la diversificación de negocio, confluyen en 2019 con la adquisición de la revista por parte de Penske Media Corporation.

#### 4.1.1.1 Análisis de portadas y titulares de Rolling Stone

Uno de los elementos a tener en consideración en el análisis cualitativo de las revistas es el estudio de portadas y titulares. Las portadas son mensajes publicitarios que parten de una representación de género para posteriormente reproducir estereotipos. “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 legítima” (Molina & Porras, 2012, p. 69).

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, p.60)






Block (2010) pone en valor el poder mítico de las portadas de R.S en la cultura visual pop estadounidense pero más allá de este simbolismo, el autor señala la necesidad de un enfoque visual interpretativo que nos permita comprobar si existe una discriminación participada por la autoridad simbólica que se resiste a reconocer los logros de las mujeres. En el ámbito musical, como en tantas otras profesiones, estos *gatekeepers* han construido una barrera cultural a la participación de las mujeres, con *cachet* inferior al de los hombres y menor acceso a las redes y oportunidades que son vitales en la construcción de una carrera profesional (Hooper, 2019).

A continuación (Ilustración 38), presentamos las 12 portadas de la muestra que corresponden a ejemplares publicados en los 12 meses de 1980. Al tratarse de publicaciones de difícil localización y préstamo en hemerotecas, no existe una preselección de ejemplares, sino que la adquisición se ha hecho en base a la disponibilidad existente en webs de coleccionismo.



Ilustración 38: Ejemplares analizados Rolling Stone, 1980

En 1980 Rolling Stone publicó un total de 23 ejemplares. El departamento de fotografía de la revista estaba bajo la dirección de la fotógrafa norteamericana **Annie Leibovitz**, a quien se le atribuyen la autoría de un total de 142 portadas durante la década 1971-1981. En 1980 firmó 18 de las 23 portadas publicadas de las cuales 7 forman parte de la muestra.

<p><b>TOM PETTY</b> (Issue 311) Feb 21, 1980</p>	<p><b>LINDA RONSTADT</b> (Issue 314) April 3, 1980</p>	<p><b>HEART</b> (Issue 317) May 15, 1980</p>	<p><b>PETE TOWNSHEND</b> (Issue 320) June 26, 1980</p>
			
<p><b>CARRIE FISHER</b> (Issue 322) July 24, 1980</p>	<p><b>PAT BENATAR</b> (Issue 328) October 16, 1980</p>	<p><b>MARY TYLER MOORE</b> (Issue 330) November 13, 1980</p>	
			

El fotógrafo norteamericano **Richard Avedon** es el autor de las portadas de Marzo y Diciembre de 1980.

<p><b>BOB HOPE</b> (Issue 313) March 20, 1980</p>	<p><b>DOLLY PARTON</b> (Issue 332) December 11, 1980</p>
	

Destacamos que la portada número 309, correspondiente al ejemplar del 24 de Enero de 1980, consiste en un fotomontaje sobre la tragedia de Cincinnati donde fallecieron 11 jóvenes. En dicho ejemplar no consta autoría gráfica sino únicamente la periodística, que en este caso rubrica Chet Flippo. Y finalmente el artista británico **Julian Allen** ilustra la portada con Keith Richards y Mick Jagger (21 Agosto 1980) y el ilustrador **Kim Whitesides**, la de Billie Joel (4 Septiembre 1980).

<p><b>ROCK'N ROLL TRAGEDY</b> (Issue 309) January 24, 1980</p>	<p><b>KEITH RICHARDS &amp; MICK JAGGER</b> (Issue 324) August 21, 1980</p>	<p><b>BILLIE JOEL</b> (Issue 325) September 4, 1980</p>
		

Si segregamos la muestra por géneros, obtenemos que, de los 12 ejemplares analizados, una de cada mes del año, 7 están protagonizados por mujeres (3 son mujeres de la industria musical) y **Dolly Parton**, que es a la vez cantante y actriz. Como ya hemos indicado, las portadas con representación de mujeres son las que configuran el análisis final, pero de estas excluimos las protagonizadas por actrices, en este caso **Mary Tyler Moore** y **Carrie Fisher**, ambas fuera del ámbito de la investigación.

Con la intención de obtener una visión más amplia del número de mujeres protagonistas hemos contabilizado las portadas publicadas el año anterior (1979) y posterior (1981) a la muestra:

- 1979: de 24 portadas 6 son protagonizadas por mujeres
- 1980: de 23 portadas 9 son mujeres (en la muestra se analizan 7 de las 9 de ese año)
- 1981: de 24 portadas 9 son protagonizadas por mujeres




La revista Rolling Stone 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*<sup>74</sup>. En dichas listas las semanas analizadas la presencia de la mujer no supera el 23%.



SEMANA	N.º MUJERES EN EL TOP 100
Jan 24 1980	23
Feb 21 1980	21
March 20 1980	16
April 3 1980	21
May 15 1980	20
June 26 1980	16
July 24 1980	15
August 21 1980	18
Sept 4 1980	16
October 16 1980	18
Nov 13 1980	16
Dec 11 1980	16


A continuación, reproducimos las posiciones de los/las artistas de la industria musical en la lista de ventas del TOP100 de Rolling Stone el día de su aparición en la portada y las dos semanas anteriores<sup>75</sup>.

---

74 The Rolling Stone Album Chart is based on a continuous nationwide phone survey of album sales in rock-oriented record stores. New entries are indicated by . Album covers of the nation's Number One and the leading new entry on the chart are featured. Recordings certified platinum (indicating sales over 1 million) by the Recording Industry Association of America are identified with a double asterisk (\*\*). Records certified gold (sales over 500.000) carry a single asterisk (\*).





75 Las portadas de los meses de Marzo, Julio, Noviembre y Diciembre no corresponden a artistas de la industria musical sino que son artistas cinematográficos, por este motivo no se han incorporado a la tabla, asimismo la portada de Enero es un montaje fotográfico sobre la tragedia de Cincinnati.

SEMANA	PORTADA	Portada y posición TOP100 / Posición TOP100 dos SEMANAS anteriores
Jan 24 1980	ROCK'N'ROLL TRAGEDY	
Feb 21 1980	TOM PETTY	2 / 3
March 20 1980	BOB HOPE	
April 3 1980	LINDA RONSTADT	31 
May 15 1980	HEART	5 / 6
June 26 1980	PETE TOWNSHEND	6 / 20
July 24 1980	STAR WARS	
August 21 1980	ROLLING STONES	1 
Sept 4 1980	BILLIE JOEL	3 / 3
October 16 1980	PAT BENATAR	5 / 5
Nov 13 1980	MARY TYLER MOORE	
Dec 11 1980	DOLLY PARTON	

Observamos que quienes obtienen la icónica portada son: Tom Petty, al igual que el dúo Heart, Billie Joel y Pat Benatar, al situarse entre los cinco primeros puestos de ventas de discos. En el caso de Linda Ronstadt, entra  en listas en el número 31, es portada y una semana después alcanza el número 2, un éxito que se asimila al de Pete Townshend ascendiendo de la posición 20 a la 5, o The Rolling Stones, cuyo nuevo álbum “Emotional Rescue” les propulsa directamente a la posición 1.

Finalmente, Pat Benatar, que fue portada de R.S la semana del 16 de Octubre de 1980, y figuraba en el número 5 del TOP100, consiguió superar la cifra de un millón de discos vendidos sólo un mes después (11 de Diciembre).

De las 12 revistas analizadas, 6 portadas están protagonizadas por mujeres. Los ejemplares 3 (Carrie Fischer) y 5 (Mary Tyler Moore) son dos actrices, y por tanto fuera del rango de estudio. La portada número 4 es coprotagonizada por Pat Benatar y su guitarrista -y pareja- que parece inmiscuirse como parte del *atrezzo*.

1	2	3	4	5	6
LINDA RONSTADT	HEART	CARRIE FISHER	PAT BENATAR	MARY TYLER MOORE	DOLLY PARTON
					

A continuación, proponemos un análisis de titulares, 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 del número 6 -correspondiente a Dolly Parton- son obra de la fotógrafa Annie Leibovitz. De los titulares, en cambio, desconocemos la autoría; se trata de frases que apelan a una mujer objeto y son antagónicos a los referidos a los hombres a quienes les representan como sujetos activos y viriles y que revisaremos al final del capítulo.

1. **“The styles of Linda Ronstadt”**
2. **“Heart attack, rock’s hot sister’s act”**
3. **“Slaves of the empire”**
4. **“Pat Benatar, this year’s model: slick and sexy”**
5. **“Mary Tyler Moore, America’s sweetheart plays rough in ordinary people”.**
6. **“The unsinkable Dolly Parton”.**

En la portada y titular 1: **“The styles of Linda Ronstadt”** ya se nos plantea una sospecha, y es la verdadera ocupación de su protagonista (Ilustración 39). En la entrevista 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.

A juzgar por la representación que Annie Leibovitz hace de Ronstadt -sentada en un retrete y peinándose con unos tacones imposibles-, denota que la ha reducido a un mero objeto sexual con un código de mirada masculina, una mujer para ser observada. El hecho de que Leibovitz 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.



Ilustración 39: Linda Ronstadt en portada de R.S, 3 Abril 1980 y página 11.

Las dos páginas que completan el reportaje van acompañadas de un titular no exento de estereotipos: **“From country cute to sexy siren”** (Ilustración 40). Una vez más, se elige un espacio íntimo donde la artista aparece vestida de rosa realzando su talle y figura. En la parte superior además se incorpora un recuadro de 7x9cm donde Ronstadt aparece activa, vestida informalmente participando como espectadora de algún evento deportivo o musical entre un grupo de espectadores sin comunicar en ningún caso cuál es su ocupación profesional.

La cantante Linda Ronstadt, es una estrella que vende un millón de discos pero es representada como la muchacha que se peina en su retrete, se relaja en la cama, es campestre, e incluso -en una última fotografía- aparece sentada en el regazo de un técnico de sonido, una imagen que le confiere descrédito.



Ilustración 40: Linda Rondstadt en ejemplar R.S, 3 Abril 1980.

La portada 2, está protagonizada por el dúo norteamericano Heart, formado por las hermanas **Nancy y Ann Wilson** (Ilustración 41). La imagen claramente 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”.



Ilustración 41: Heart, en ejemplar de RS de 15 Mayo 1980

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. En la entrevista interior, realizada por la periodista musical Daisann McLanes, 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.

La fotografía 3 corresponde a la portada protagonizada por el elenco de la película Star Wars con una mujer como protagonista, la actriz Carrie Fisher, que no compete al rango de análisis del estudio de mujeres en la música, al igual que Mary Tyler Moore (foto 5). En todo caso, la de Fisher, es la única portada que concurre en una visión interseccional con la inclusión de un actor del reparto de origen afroamericano.

La multipremiada cantante y compositora norteamericana **Pat Benatar** (Ilustración 42) es la imagen de la portada 4.



Ilustración 42: Pat Benatar en portada R.S y foto interior. Ejemplar 16 Octubre, 1980

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, una (Ilustración 42) en la que los miembros del grupo, comandados por Giraldo, elevan a Benatar aparentemente como un trofeo pero la realidad es que una figura inerte, desposeída de vida, a quien tan siquiera es posible identificar. Uno de los participantes la mira con condescendencia y menosprecio, mientras otro muestra sus bíceps en señal de control. Una vez más, ellas son apariencia y ellos, son agencia, una cosmovisión del patriarcado que otorga a la mujer el rol de objeto frágil, pasivo y hasta ridículo.

La otra fotografía (Ilustración 43) lleva el subtítulo: **“I used to think I could be sexless on stage. It doesn’t work”**, una frase extraída de la entrevista a Benatar que manifiesta 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.



*Ilustración 43: Pat Benatar en ejemplar R.S 16 Octubre 1980 (pag.14)*

La elección de fotografías constata que su autora ejerce de alguna forma un sesgo de género otorgando y desposeyendo de credibilidad a unos y otros: el rostro irreconocible, el cuerpo es únicamente una figura para ser admirada. 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.

Lucy O'Brien, autora de la *The Definitive history of women in music*, asegura que: "Leibovitz's pictures captured the sultry rawness of rock, the ambiguities of its macho stance. When asked what it had been like operating in such a male world, she replied: "I don't think it's all that male. Jagger has a very feminine side to him! "(2012, p.357).



Finalmente **Dolly Parton**, actriz y compositora norteamericana considerada la cantante con mayor éxito comercial del género country, es la protagonista de la última portada, la número 6 (Ilustración 44) y la firma el fotógrafo Richard Avedon. Se presupone la circunstancia de representarla 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.






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”. Veremos el análisis de este estereotipo de aspecto físico en el apartado 4.2.



Ilustración 44: Dolly Parton en portada R.S. 11 diciembre 1980

Bengoechea (2015) 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” (2015, p. 113).

Los titulares cargados de subjetividad construyen y atribuyen valoraciones y capacidades diferentes a hombres y mujeres. Por ello hemos considerado necesario establecer una comparativa entre los titulares utilizados por Rolling Stone para referirse al hombre y el trato asimétrico que recibe la mujer y establecer las diferencias. Al mismo tiempo, aportamos los datos para entender la manera disímil de tratar la imagen y titulares de los protagonistas masculinos de las portadas. No obstante, al no ser el centro de nuestro objeto de estudio sólo analizaremos, a título de ejemplo, alguna de ellas.

1a	2a	3a	4a	5a
<b>PETE TOWNSHEND</b>	<b>TOM PETTY</b>	<b>BOB HOPE</b>	<b>ROLLING STONES</b>	<b>BILLIE JOEL</b>
				

1. “Pete Townshend, the Rolling Stone interview”
2. “Tom Petty, damn the torpedoes and full speed ahead”,
3. “Bob Hope without laughter, showdown with an American Symbol”,
4. “Monuments of rock, Rolling Stones, the band that refuses to die”,
5. “Billie Joel is angry, in this interview, he attacks almost everybody.”

El titular 1, hace referencia a: “**Pete Townsend. The Rolling Stone interview**” aludiendo al cantante y guitarrista británico con su nombre y apellido y concediéndole un estatus de celebridad al otorgarle “la” entrevista de R.S”.



Ilustración 45: Peter Townsend en portada R.S y foto interior, 26 Junio 1980.

La portada de **Pete Townsend** (Ilustración 45), al igual que la del dúo femenino Heart, ha sido fotografiada por Annie Leibovitz quien aquí resalta su figura masculina vestido, de cuerpo entero, un hombre no sexualizado y en acción con su instrumento. Dos portadas que transmiten emociones y mensajes muy desiguales. La entrevista central de Townsend va acompañada de un primer plano de la estrella del rock con su mano sustentando el ovalo de su rostro y uno de sus dedos sangrando, resaltando el simbolismo de lo salvaje, del guitarrista que al rasgar con dureza las cuerdas del instrumento se ha lastimado, pero que sabe mantenerse sereno al mismo tiempo.

Percibimos que los titulares referidos a los hombres se inician con sus nombres y apellidos, a los que se añaden 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”**.<sup>76</sup>

Los titulares presentados hasta ahora en portadas, y en algunas de las informaciones interiores de la revista a los que remite la portada, sitúan a la mujer en inferioridad de condiciones. Son ejemplos de una latente violencia simbólica que transmite un mensaje dónde 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).

Nos atreveríamos a reseñar que, una actitud diferente sin sesgo, se consigue mediante la conciencia, y por esa razón es imprescindible llevar a cabo investigaciones que aporten visiones respetuosas con la labor de los y las artistas.

#### 4.1.1.2 Exclusión y sesgo de género en textos e imágenes en Rolling Stone

El análisis de contenido cuantitativo de las revistas (especificado en capítulo 3.4) nos ha permitido justificar una de las hipótesis de partida y es **la falta de representación de género en la industria musical**, una marginalidad instrumentalizada por la prensa musical actuando como un eficaz *gatekeeper*. Para efectuar esta demostración hemos medido y catalogado (por géneros periodísticos) todas las informaciones segregando los contenidos e imágenes protagonizados por mujeres, así como los estereotipos que dichos contenidos transmiten.

En primer lugar, se ha establecido **un baremo de palabras por página** de la publicación tomando como referencia un muestreo de 3 páginas diferentes de la revista Rolling Stone escogidas al azar teniendo en cuenta las diferentes columnas con las que compagina la publicación (Tabla 10).

---

<sup>76</sup> Titular identificado en la portada de R.S del 4 Sept. 1980: “Jimmy Connors grows up. The bad boy of tennis marries a bunny and stops swearing”.

	# Columnas	Muestra	Palabras por columna	Promedio Palabras / columna	Promedio palabras por página entera texto	Líneas	Promedio # líneas
<b>Rolling Stone</b>	5	24 Ene'80 - p.33	462	448	2.240	80	80
		21 Feb'80 - p.61	424			78	
		24 Ene'80 - p.18	458			82	
	4	3 Abr'80 - p. 36	597	558	2.232	84	79
		20 Mar'80 - p.44	572			78	
		24 Ene'80 - p.41	505			74	
	3	3 Abr'80 - p.56	652	715	2.144	75	77
		20 Mar'80 - p.51	758			76	
		21 Feb'80 - p.46	734			80	

Tabla 10: Páginas contabilizadas para establecer la media total de líneas/ página de R.S 1980.

Ejemplificamos a continuación las equivalencias en **palabras / línea** (Tabla 11) según las páginas estén compaginadas a 5, 4 y 3 columnas. El número de palabras por línea mostrado en la tabla se redondea a la unidad.

	Columnas por página	Líneas	Palabras por columna	Palabras por Línea
<b>Rolling Stone</b>	5	80	448	6
	4	79	558	7
	3	77	715	9

Tabla 11: Cómputo de palabras/ línea y palabras/ columna en R.S 1980

Para obtener el número de palabras en una página entera de texto, multiplicaremos el número de palabras por columna por el número de columnas. El resultado es (Tabla 12):

- 1 página de 5 columnas contiene 2240 palabras
- 1 página de 4 contiene 2232 palabras
- 1 página de 3 contiene 2144 palabras

	Columnas por página	Palabras por columna	Palabras por página entera
<b>Rolling Stone</b>	5	448	2240
	4	558	2232
	3	715	2144

Tabla 12: Cómputo de palabras totales por página de R.S según número columnas

Una vez catalogados los contenidos musicales por géneros, e identificadas las informaciones válidas -exentas de imágenes y titulares- concluimos que la representación de género en la revista ROLLING STONE es de **58.870 palabras, representando un 19,1% de los contenidos** de un total de **308.616** palabras (Tabla 13).

Editora	Palabras totales PUBLICACIÓN	Palabras sobre mujeres	% TOTAL
<b>Rolling Stone</b>	<b>308.616</b>	<b>58.870</b>	<b>19,1%</b>

*Tabla 13: Presencia mujeres en palabras de texto en Rolling Stone 1980.*

Para el cómputo de imágenes, el criterio establecido ha sido la identificación y medición de todas las fotografías protagonizadas por mujeres siguiendo la convención del cálculo del área relativa de superficie de página que ocupan. El resultado es que en **la muestra analizada se han contabilizado un total de 450 imágenes de las que 93 pertenecen a mujeres y representan un 21%** (Tabla 14).

re

Editora	Fotos Total	Fotos mujer	% Total
<b>Rolling Stone</b>	<b>450</b>	<b>93</b>	<b>21%</b>

*Tabla 14: Presencia mujeres en número de fotografías en Rolling Stone 1980.*

A continuación presentamos los resultados de la presencia de la mujer segmentados por:

- 1- Género periodístico
- 2- Estereotipo del texto
- 3- Imágenes y tamaño
- 4- Estereotipo de las imágenes
- 5- Subtítulo de la fotografía.

## 1- PRESENCIA MUJER POR GÉNERO PERIODÍSTICO

En la comprobación de la hipótesis de la exclusión de género hemos llevado a cabo el análisis cuantitativo de los contenidos y concluimos que en R.S el **género periodístico** (Tabla 15, Ilustración 46) donde la mujer obtiene mayor visibilidad es la **entrevista** (50,4%) -dado que aglutina mayor cantidad de palabras-, seguida de la **crítica discográfica** (20,5%) y las **noticias de actualidad** (18,3%).

Observamos que la revista Rolling Stone promueve una estrategia comercial/editorial dedicando la sección principal de la revista al/la artista que ocupa su portada, no sólo prestigiando a su protagonista sino impactando mediáticamente y propiciando un ascenso directo en las listas de ventas de discos.

Editora	Género Periodístico	Total	%
ROLLING STONE	Reportaje	3.002	5,10%
	Entrevista	29.665	50,39%
	Crítica discográfica	12.051	20,47%
	Crítica conciertos	1.456	2,47%
	Novedades discos	1.842	3,13%
	Noticias conciertos	78	0,13%
	Noticias actualidad	10.774	18,30%
	<b>Total</b>	<b>58.870</b>	<b>100,00%</b>

Tabla 15: Presencia de mujeres en contenidos de R.S 1980 segregados por Género Periodístico

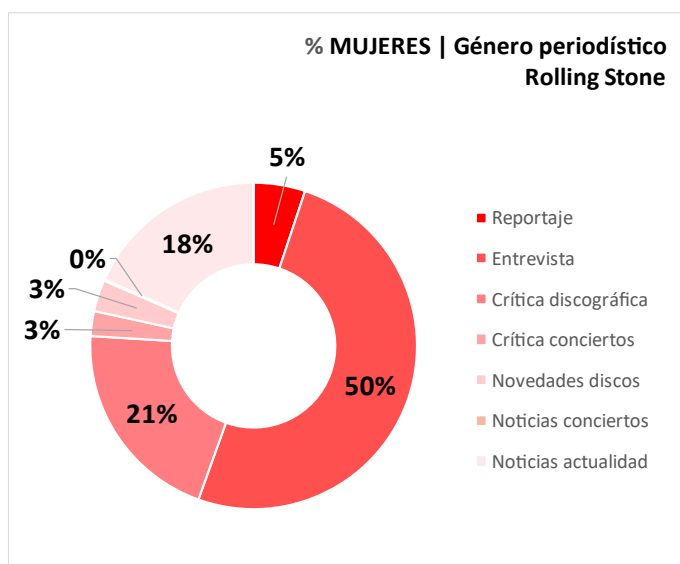


Ilustración 46: Presencia de mujeres en contenidos de R.S 1980 segregados por Género Periodístico

Una de las variables evaluadas para detectar la discriminación de género ha radicado en comprobar si la mujer perteneciente a un tipo de grupo musical mixto obtenía mayor visibilidad que una mujer con un grupo propio o una banda femenina.

Los resultados muestran que en un **53%** de los casos, R.S prioriza informaciones sobre **una mujer liderando su propia banda** y en menor medida si forman parte de un **grupo mixto con una mujer o más (39%)**. El valor más exiguo es el **8%** de atención que obtienen **las bandas femeninas** (Tabla 16, Ilustración 47). En este caso debemos ser conscientes de la menor presencia de bandas femeninas en la escena musical.

	Editora
TIPO DE GRUPO	<b>Rolling Stone</b>
Banda Propia	<b>53%</b>
Grupo Mixto	<b>39%</b>
Banda Femenina	<b>8%</b>

Tabla 16: Tipo Grupo musical porcentajes en R.S 1980

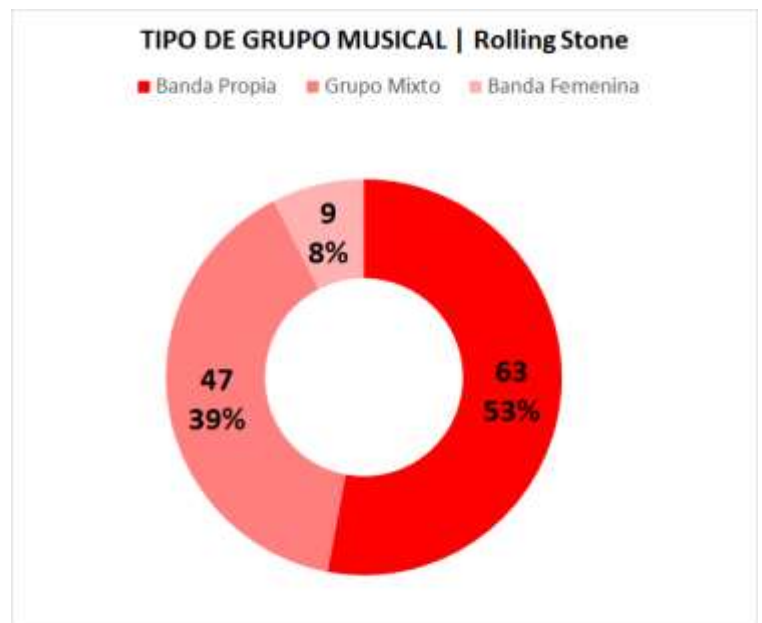


Ilustración 47: Tipología de Grupos musicales porcentajes y valores absolutos en R.S 1980



## 2- RESULTADOS SEGMENTADOS por ESTEREOTIPO DE TEXTO

A pesar de que hemos ahondado en la lectura de los 12 ejemplares de la muestra, nos interesa comprobar una segunda hipótesis, y es la utilización **de estereotipos sexistas en el lenguaje** como herramienta para ejercer el sesgo de género.

Los resultados de este cómputo (Tabla 17, Ilustración 48) se obtienen de contabilizar todas las informaciones sobre mujeres, susceptibles de encajar en alguno de los estereotipos descritos, y que se centran en el aspecto físico, o algún elemento de su vida privada o pública, o si la mujer es presentada como objeto, o como vicaria.

En el cómputo final observamos que existe el mismo porcentaje de estereotipos referidos a **atributos físicos** y a la **vida privada (37%)** y que un **17%** de las informaciones apelan a una **mujer objeto** y un **9%** a una **mujer vicaria**.

ESTEREOTIPO TEXTO	Editora
	Rolling Stone
Atributo físico	37%
Vida privada	37%
Vida pública	0%
Mujer objeto	17%
Mujer vicaria	9%

Tabla 17: Estereotipos en textos en R.S 1980

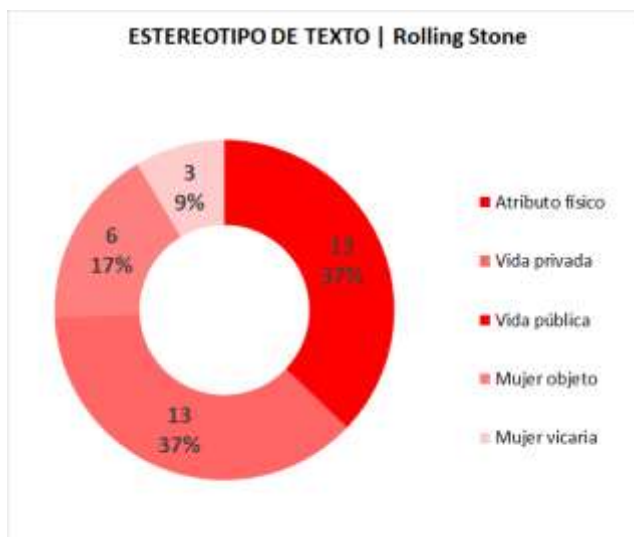


Ilustración 48 : Porcentaje estereotipos en textos R.S 1980

### 3- RESULTADOS SEGMENTADOS POR TAMAÑO de las FOTOGRAFÍAS

El tamaño de las fotografías, así como el estereotipo que las define, es otro de los parámetros que hemos fijado con el objetivo de determinar los vértices de la discriminación de género. En los 12 ejemplares analizados de 1980, se han publicado un total de **450 fotografías, de las cuales solamente 93 corresponden a mujeres (21%)**.

Recordamos que para dicho cómputo (Ilustración 49) se ha efectuado el cálculo del área de la superficie estableciendo que una fotografía es:

- **grande** si su área es mayor que  $\frac{1}{4}$  parte del área total de la página,
- **mediana** si su área es mayor de  $\frac{1}{10}$  parte del área total, y menor de  $\frac{1}{4}$  parte del área total, y
- **pequeña** si su área es menor o igual que  $\frac{1}{10}$  parte del área total de la página.

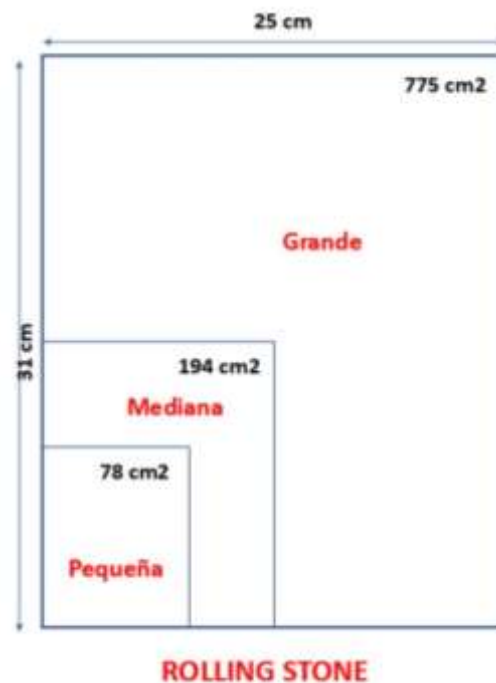


Ilustración 49: Superficie página R.S y tamaño fotografías

El resultado, después de contabilizar las imágenes protagonizadas por mujeres, es que un **69% de ellas son grandes**, un **22% son pequeñas** y un **10% son imágenes de tamaño mediano** (Tabla 18, Ilustración 50)

		Editora	
Foto tamaño	Rolling Stone		
Grande	64	68,8%	
Mediana	9	9,7%	
Pequeña	20	21,5%	
Total	93	100,0%	

Tabla 18: Porcentajes tamaño de Fotografías de mujeres en R.S

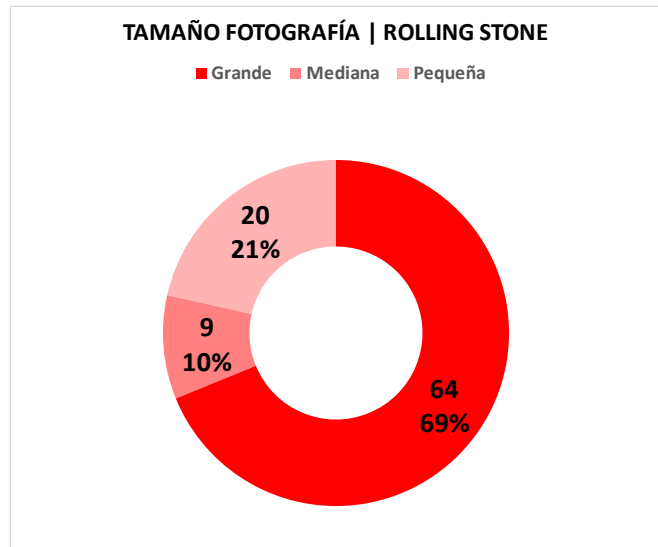


Ilustración 50: Porcentajes y valores absolutos tamaño de Fotografías de mujeres en R.S

Otro de los parámetros cuantificados en las fotografías de mujeres es la representación de **mujer liderando su propia banda (individual)** o mujeres en un **grupo mixto con una mujer -o más-**, o si prevalecían las fotos de **carátulas** de discos. Señalamos que este último elemento adquiere gran valor iconográfico y en muchos casos se utiliza para asegurar un impacto mediático y comercial sexualizando a la mujer.

Los resultados confirman que R. S prioriza fotografías de mujeres **como miembro de un grupo (47%), seguido en un 33% de las ocasiones liderando su propia banda**, y únicamente en un **19% aparece en las carátulas** (Tabla 19).

		Editora	
Tipo foto	Rolling Stone		
Individual	33,3%		
Grupo	47,3%		
Carátula	19,4%		
Total	100,0%		

Tabla 19: Representación mujer segregada por tipo de grupo en R.S 1980

#### 4- RESULTADOS SEGREGADOS POR ESTEREOTIPO de las IMÁGENES y SUBTITULADOS

Rolling Stone es una revista eminentemente visual, y con estatus de icónica por el estilo y carácter de los retratos e ilustraciones de sus portadas. Las fotografías analizadas muestran que promueve en un **48%** una representación de la mujer activa, pero la cosificación alcanza un **52%** (Ilustración 52).

Segregando este contenido por géneros, y en número absolutos, R.S ha publicado **450 fotografías en los 12 ejemplares de 1980** de las cuales **357 corresponden a hombres** y solamente **93 corresponden a mujeres** (Ilustración 51).

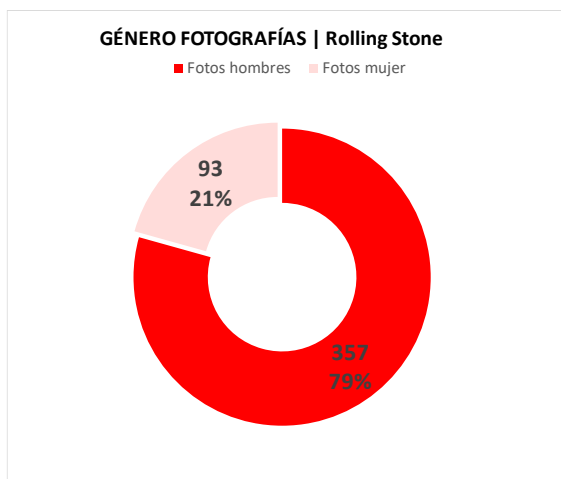


Ilustración 51: Género en las fotografías de R.S. 1980



Ilustración 52: Porcentaje fotos mujer activa y estereotipada en R.S. 1980

Si nos concentramos en la categoría de mujeres estereotipadas, se han segregado en 5 categorías (Tabla 20, Ilustración 53), y la representación más común es de una mujer **cosificada (17%)** y **pasiva (17%)**. Los porcentajes indicados referencian el peso de cada estereotipo en relación con la totalidad de fotos de mujeres -activas (52%) y estereotipadas (48%) -.

ESTEREOTIPO FOTO	Rolling Stone	
Aspecto vida privada	4	4%
Cosificada	16	17%
Fragmentada	4	4%
ojos cerrados	5	5%
Pasiva	16	17%
Activa	48	52%
Total	93	100%

Tabla 20: Estereotipos Mujeres en Fotografías de R.S

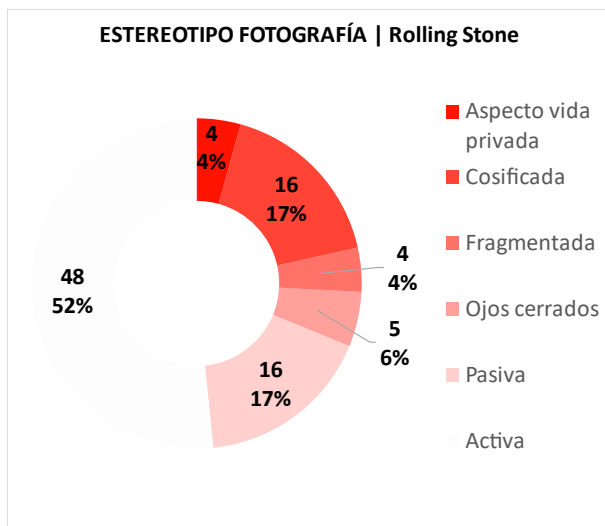


Ilustración 53: Estereotipos Mujeres en Fotografías de R.S

Una última variable cuantificada nos la proporciona la subtitulación de las fotografías, un indicativo que visibiliza como los medios incurren a menudo en representaciones sesgadas y estereotipadas de la mujer obviando sus nombres y apellidos. Tal y como comprobamos (Tabla 21, Ilustración 54) el **85%** de los casos R.S sí ha subtulado sus fotografías.

Editora	Subtítulo	
	Si	No
<b>Rolling Stone</b>	<b>85%</b>	<b>15%</b>

Tabla 21: Porcentaje de Fotografías subtuladas en R.S 1980

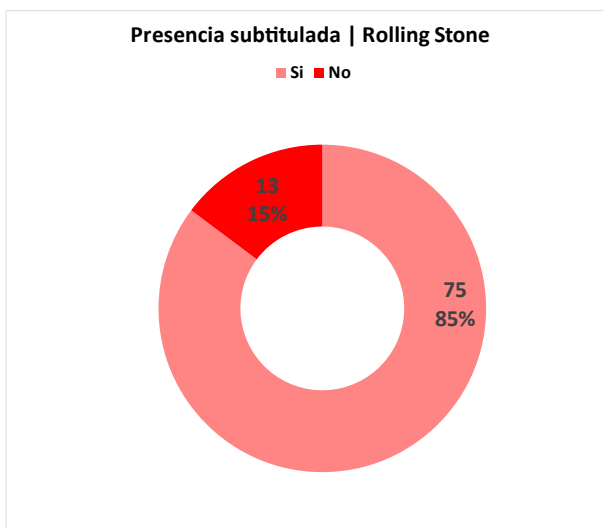


Ilustración 54: Porcentaje y valores absolutos de Fotografías subtuladas en R.S 1980

La Tabla 22 señala la ubicación de los 80 estereotipos hallados en titulares, subtítulos, textos, fotos -y pies de foto-, de la muestra. En el análisis cualitativo con perspectiva de género analizaremos 18 de ellos.

Rolling Stone		1980											Total	
		24/01	21/02	20/03	03/04	15/05	26/06	24/07	21/08	04/09	16/10	13/11		11/12
Estereotipo Texto	Mujer vicaria				1		1					1		3
	Aspecto físico	2			3	2	2			1			3	13
	Mujer objeto	1					1	1			2		1	6
	Aspecto vida privada		1	1	2			1			3	3	2	13
	Aspecto vida pública													
	<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		<b>1</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>35</b>
Estereotipo Foto	Pasiva	2		1		1	3			1	3		5	16
	Cosificada	2		1	2		2	1	1		2	1	4	16
	Aspecto vida privada				2							1	1	4
	Fragmentada									1		1	2	4
	ojos cerrados									2	2	1		5
<b>Total</b>	<b>4</b>		<b>2</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>45</b>	
													<b>80</b>	

Tabla 22: Localización y cómputo final de estereotipos de texto e imágenes en Rolling Stone 1980

## 4.1.2. New Musical Express



1	<b>Inicio- final publicación</b>	1952. Desde 2018 online
2	<b>Grupo editorial</b>	IPC Magazines Ltd.
3	<b>Periodicidad</b>	Semanal
4	<b>Staff</b>	34 hombres-2 mujeres (feb 1980), 36 hombres-5 mujeres (oct 1980)
5	<b>Distribución</b>	200,000 /semana en 1980
6	<b>Ediciones internacionales</b>	Rusia (2001), Irlanda (2006)
7	<b>Número páginas</b>	56-64
8	<b>Color / Blanco y negro</b>	Ambos
9	<b>Precio en 1980</b>	25p (89p in 2020)

*Fuente: Elaboración propia con datos de las webs de las revistas y otros recursos.*

New Musical Express nace en 1954 como una secuela de *Accordion Times*, un semanario creado en Londres en 1935, dirigido a músicos profesionales con una agenda de conciertos, anuncios y cartas de sus lectores. Su propietario, el promotor musical londinense Maurice Kinn, lo adquirió por 1.000 libras en 1952 añadiendo “New” a su membrete, especializándose en la difusión de la primera cartelera del Reino Unido de discos sencillos (a 45rpm) tomando como ejemplo la lista *Billboard Hot 100*<sup>77</sup> de los Estados Unidos.

<sup>77</sup> La lista Billboard Hot 100 publicada en Billboard Magazine desde 1955 es una fuente de referencia para periodistas y críticos de la industria musical midiendo el índice de popularidad de los sencillos (singles) en Estados Unidos. Consiste en un monitoreo de 1000 radios -24 hora al día y 7 días por semana- de los estilos *adult contemporary, R&B, hip hop, country, rock, gospel, Latin, Christian* y también las ventas de sencillos en las tiendas listando su popularidad semana tras semana. Hoy, y en colaboración con Nielsen SoundScan, miden asimismo los temas digitales más populares y de consumo en *streaming*.

Sus primeras oficinas estaban localizadas en Denmark Street, en el barrio del West End conocido por el sobrenombre de “200 Yards of Hope”, donde aspirantes a músicos, compositores buscaban su primera oportunidad (Long 2012). New Musical Express (desde ahora NME), orientó sus esfuerzos en presentar una visión fresca y entretenida del negocio musical “stablishing a tradition that would typify the magazine for the rest of its life” (2012, p.14).

NME, desde los años 1960, ha vivido en tensa rivalidad con otros semanarios de música contemporáneos británicos -inclusive con los fanzines- apostando por una identidad visual muy característica tratando el rock de forma inteligente y seria y cubriendo asimismo contenidos de cultura juvenil, moda, diseño o ciencia ficción. Sus competidores directos han sido *Melody Maker*, *Disc*, *Record Mirror*, *Oz*, *Time Out*, *Smash Hits*, *Sounds*, *Kerrang!*, *The Face*, *Q*, *Mojo*, *Uncut*.

En 1962, en plena “beatlemania”, el semanario NME es adquirido por un conglomerado editorial (International Publishing Company) trasladando sus oficinas y llegando a vender más de 300.000 ejemplares en 1973, revalidando la fórmula de las listas de éxitos semanales que eran referentes en un país en el que las ventas de discos ascendían a 100 millones de libras al año.

Entre sus aciertos comerciales para seguir liderando el mercado musical, en 1974 promueven un *flexidisc* de regalo produciendo hasta 96 páginas semanales. En 1981, con un mercado segmentado en competencia con MTV y la popularidad del Walkman, lanzan su insigne cassette semanal C81 con los mejores grupos del momento en respuesta al boom de las “indies”.

Desde 1972, el semanario NME se convierte en una fuerza cultural de la vibrante escena musical mediante la publicación de una exhaustiva lista de conciertos cubriendo toda la geografía británica. Su staff lo conforman jóvenes reporteros apasionados y subversivos influenciados -en una primera época- por el nuevo periodismo. Más tarde darán voz a la nueva música punk, forjando el vínculo entre artistas y lectores y desplegando contundentes críticas y adoptando un estilo de vida más cercano a las *popstars*, actitudes que les confirieron el respeto como medio y procurándoles el sobrenombre de “The Enemy” (The NME, el Enemigo).

“NME journalist, writing passionately about rock music was a way of making sure that it was always more than just a commodity: sacrifices of health, sanity and very occasionally even life were made in the NME journalist noble yet quixotic pursuit of rock myth” (Long, 2012, p.6).



En octubre de 1980, en el staff del NME figuran 42 empleados y en su nómina únicamente 5 mujeres, entre ellas Pennie Smith, fotógrafa de carátulas históricas del rock británico como “London Calling” (The Clash). Entre sus colaboradoras citamos a Lynn Hanna, Cynthia Rose, Kath Carroll, Lucy O’Brien o la escritora Julie Burchill, esta última actuaba contra la vieja guardia reaccionaria, y no siempre al lado de las mujeres del rock: “Her gloriously trashy bonkbuster, ambition, perfectly captured the spirit of Eighties”<sup>78</sup>.

Lucy O’Brien, ex redactora de NME, recuerda que como colaboradora, su participación en la publicación tenía que ser el doble de eficaz que la de sus colegas, ser más erudita que ellos porque ser mujer en este entorno era sentirse muy incomunicada (Long 2012). Entre los editores y redactores de la revista destacan los nombres de Tony Parsons, Paolo Hewitt, Stuart Cosgrove, Cris Salewicz, Neil Spencer, Nick Kent, Charles Shaar Murray. Su reporterismo definió la personalidad de NME, como agente esencial en la cultura juvenil británica con su estilo *underground* referenciado por el nuevo periodismo. “The staff of NME were treated like stars, able to write about whatever they wanted with minimal interference from the company that they worked for, producing an underground newspaper while being paid regularly and free from police harassment, even getting the occasional groupies” (Long, 2012, p. 75-76).

En este contexto el despilfarro de la industria musical reservaba sus payolas a redacciones masculinizadas que se enorgullecían de aceptarlas y luego morder la mano que se las ofrecía:

Labels would do anything to get their act coverage in the paper. Record companies would send bottles of Brady or packages of cocaine to the NME office, or offer to put journalists up in five-star hotels in Monte Carlo o New York for the weekend (...) Record companies would occasionally send up semi-naked women to the office armed with balloons and copies of whatever new album the company were plugin that week. (2012, p.84, 98).

NME fue transmutando su fisonomía a lo largo de la siguiente década hasta que en 1996 las plataformas digitales posibilitan su expansión global a través de su nueva web.

---

<sup>78</sup> Arlidge, J. (2002, June 9). Squeaky queen. *The Guardian. The Observer*. Recuperado el 20 Abril 2020 de: <https://www.theguardian.com/observer/comment/story/0,,729941,00.html>

En 2015, NME apuesta por una distribución gratuita a través de universidades, redes de transporte y otros comercios superando los 300.000 ejemplares y se fusiona con su eterno competidor Melody Maker. En marzo de 2018, después de 66 años, NME<sup>79</sup> anunció el cese de su publicación a favor del formato online, y desde 2019 se convierte en propiedad de BandLab Technologies de Singapur.

#### 4.1.2.1 Análisis de portadas y titulares de NME

El semanario británico NME adquirió prestigio y popularidad durante varias décadas apostando por una estética de portadas con una composición visual y gráfica modernas observando que la publicación combina portadas en color y en blanco y negro. “NME was for decades the most important music weekly in Britain. It was the champion of independent music, with the power to bestow hipness on whichever floppy-haired quartet it chose”<sup>80</sup>. 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.

Para el presente análisis de contenido se ha seleccionado una muestra representativa de los 12 meses entre los 45 ejemplares publicados por NME<sup>81</sup> en 1980 y que se han adquirido vía coleccionistas privados. Uno de los inconvenientes surgidos es que, debido a la huelga de la **NUJ** (National Union of Journalist), se paralizó la circulación de la revista durante 6 semanas y la muestra final se ha reducido de 12 a 11 ejemplares (Ilustración 55).

---

<sup>79</sup> Sweeney, M. (2018, March 7). NME to close print edition after 66 years. *The Guardian*. Recuperado Abril 2020 de: <https://www.theguardian.com/media/2018/mar/07/nme-ceases-print-edition-weekly-music-magazine>

<sup>80</sup> Ridgers, B. (2015, July 7). An old NME is vanquished. *The Economist*. Retrieved 20 abril 2020, de <https://www.economist.com/prospero/2015/07/07/an-old-nme-is-vanquished>

<sup>81</sup> Web de referencia para ejemplares de NME: [https://www.wikiwand.com/en/List\\_of\\_NME\\_covers](https://www.wikiwand.com/en/List_of_NME_covers)



Ilustración 55: Ejemplares analizados NME 1980

Los datos comparativos del número de mujeres protagonizando las portadas en los años anterior (1979) y posterior (1981), evidencian que 1980 fue el año más inclusivo de los tres.

- En 1979: 51 ejemplares, solo 3 con mujeres en su portada (2 son un grupo mixto)
- En 1980: 45 ejemplares, 11 portadas con mujeres (3 grupos mujeres, 1 mujer liderando grupo y 6 bandas mixtas).
- En 1981: 51 ejemplares, solo 3 con mujeres (dos grupos liderados por una mujer, y dos mujeres en una banda mixta).

De los 45 ejemplares publicados en 1980, señalamos en negrita las **4** que corresponden a la muestra analizada (los 9 restantes no conforman la muestra).

- 1. Jayne Casey (Pink Military): 12/1/1980**
2. Chrissie Hynde (The Pretenders): 26/1/1980
3. Pauline Black (The Selecter): 23/2/80
- 4. WOMEN IN ROCK: 29/3/1980**
5. **Impressions of Japan: 26/7/1980**
6. Pauline Black (The Selecter): 2/8/1980
7. Toyah Wilcox: 25/10/1980
8. Au Pairs: 11/10/1980
9. Chrissie Hynde (The Pretenders): 18/10/1980
- 10. Tina Weymouth (Talking Heads): 8/11/1980**
11. Slits: 20/12/1980

Señalamos a continuación la autoría de las 11 portadas de análisis correspondientes al año 1980:

- 1- Kevin Cummins (Enero)
- 2- Joe Stevens (Febrero)
- 3- Mike Laye (Marzo)
- 4- Pennie Smith (Abril)
- 5- SIN EJEMPLAR MAYO (por la huelga)
- 6- Pennie Smith (Abril, Julio)
- 7- Peter Anderson (Agosto)
- 8- Peter Anderson (Septiembre)
- 9- Anton Corbijn (Octubre)
- 10- Anton Corbijn (Noviembre)

## 11- Sin autoría (Diciembre)

En *“The History of NME”* (Long, 2012), su autor describía la experiencia de cómo los reporteros de la revista creaban la historia principal de la portada acudiendo a sus fuentes directas de modo espontáneo entregando justo a tiempo para el *deadline*. Admitía que este tipo de actitudes eran naturales. Constatamos, a diferencia de Rolling Stone, que las portadas no están sujetas a una relación directa con las ventas de discos, así lo ratifica Kevin Cummins, fotógrafo freelance de NME durante 25 años (1977-2003), de los cuales 10 como jefe de fotografía:

No. Not at all. Quite often we'd put a band on the cover who we liked, or who we had high hopes for. We often set the zeitgeist. Our readers would buy into something if it had our seal of approval <sup>82</sup>.

Unido a la deficiente inclusividad de género de las portadas, sumamos el manejo de estereotipos sexistas en algunos subtítulos de las fotografías interiores y en titulares de noticias de NME. Se elige un léxico informal que busca llamar la atención de los/las lectores/as, mezcla de humor y sarcasmo 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 que encajan con los viejos mitos patriarcales y que son estereotípicas, 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.

- **Young wife confesses I tortured a million other housewives!** (Linda Eastman. p.15, Enero 1980)
- **Now, it's no use sulking dear, that won't help** (Chrissie Hynde. p.27, Enero 1980)
- **Laugh and the nurds laugh with you** (Millie Jackson. p.28, Enero 1980)
- **US Sex bomb due in** (Pat Benatar. p.3, Febrero 1980)
- **Chris Salewicz talks to San Francisco's belle of the ball** (Pearl Harbour. p. 19, Febrero 1980)
- **Cute, cute, cutesy goodbye** (Women in rock. p. 27, Marzo 1980)
- **Rough justice. In the court of the purple paragraph** (The Slits. p.22, Junio 1980)
- **Cristina, a queen for today?** (Cristina Monet. p. 14, Julio 1980)
- **Lunch is still hot** (Lidia Lunch. p.11, Agosto 1980)
- **Outsiders in a sexual jungle** (Bush Tetras. p. 15, Noviembre 1980)
- **Judy and Rita hope there's a hairdryer in their house** (Judy M & Rita. p. 35, Noviembre 1980)
- **Now I wanna kiss your coconuts** (Kid Creole and the Coconuts. p.44. Diciembre 1980)

---

<sup>82</sup> Entrevista via correo electrónico realizada 12/2/2021

Previamente al análisis de portadas, advertimos que 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.

1	2	3	4
<b>JAYNE CASEY (PINK MILITARY)</b> January 12, 1980	<b>WOMEN in ROCK</b> March 29, 1980	<b>FANS JAPÓN</b> July 26, 1980	<b>TALKING HEADS</b> September 8, 1980
			

La **portada 1**, del 12 de Enero de 1980, es una imagen del fotógrafo Kevin Cummins protagonizada por la cantante británica **Jayne Casey** (Ilustración 56), creadora -entre otras bandas- del grupo mixto de pop y sintetizadores Pink Military. El uso del titular: “**The post-modernist fringe**” adquiere una connotación de estereotipo al asociar la banda a un flequillo.



Ilustración 56: Jayne Casey, Pink Military. NME 12 Enero 1980

Kevin Cummins, autor de más de 250 portadas durante su carrera en NME y en concreto de la de Jayne Casey asegura:

Jayne was very strikingly attractive, and I liked playing with the perception of how a woman should be portrayed on the cover back then. My editor always wanted eye contact, but this was quite a radical cover back then. No eye contact and you couldn't really see Jayne's face. But she had a refreshing style. And it worked because the composition broke up into 3x 33.3% and we used PM three times too <sup>83</sup>.

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."

El subtítulo -minúsculo- 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. El reportaje está ilustrado con otras dos fotos de Jayne Casey de las que el fotógrafo Kevin Cummins recuerda detalles sobre la sesión<sup>84</sup>: "It was bitterly cold - like now. I wanted a Mersey / Liverpool feel to the shots, so we did a session on the Ferry across the Mersey. And it worked because the composition broke up into 3x 33.3% and we used PM three times too: Pink Military, Paul Morley, Post-Modernist".

Precisamente "Ferry across the Mersey" es el título de un tema de Gerry and the Pacemakers publicado en 1964. El paseo en ferry en el río Mersey que propuso Cummins para la sesión es una atracción turística desde donde admirar la ciudad de Liverpool. Las fotos (Ilustración 57, 58) denotan que ciertamente los miembros de Pink Military pasaron frío dado que en pleno enero las temperaturas no superan los 3 grados.

---

<sup>83</sup> Entrevista vía correo electrónico realizada 12/2/2021

<sup>84</sup> Entrevista vía correo electrónico realizada 12/2/2021



La fotografía de Jayne Casey (Ilustración 57) carece de subtítulo:

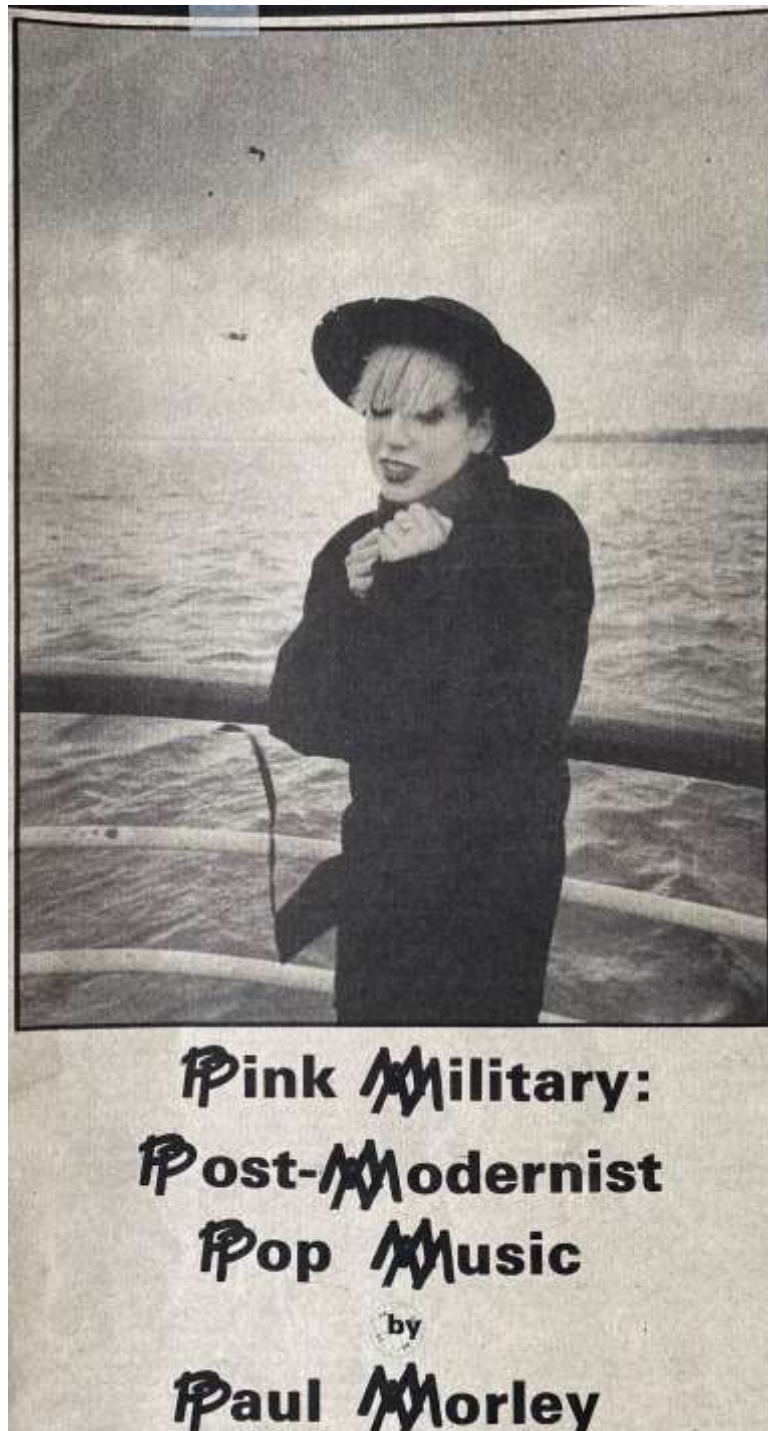


Ilustración 57: Jayne Casey, Pink Military. NME 12 Enero 1980

La fotografía de Jayne Casey con su grupo carece de apellidos (Ilustración 58).



Ilustración 58: Pink Military. NME, 12 Enero 1980.

**La portada 2**, Women in rock (Ilustración 59) 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 3 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.

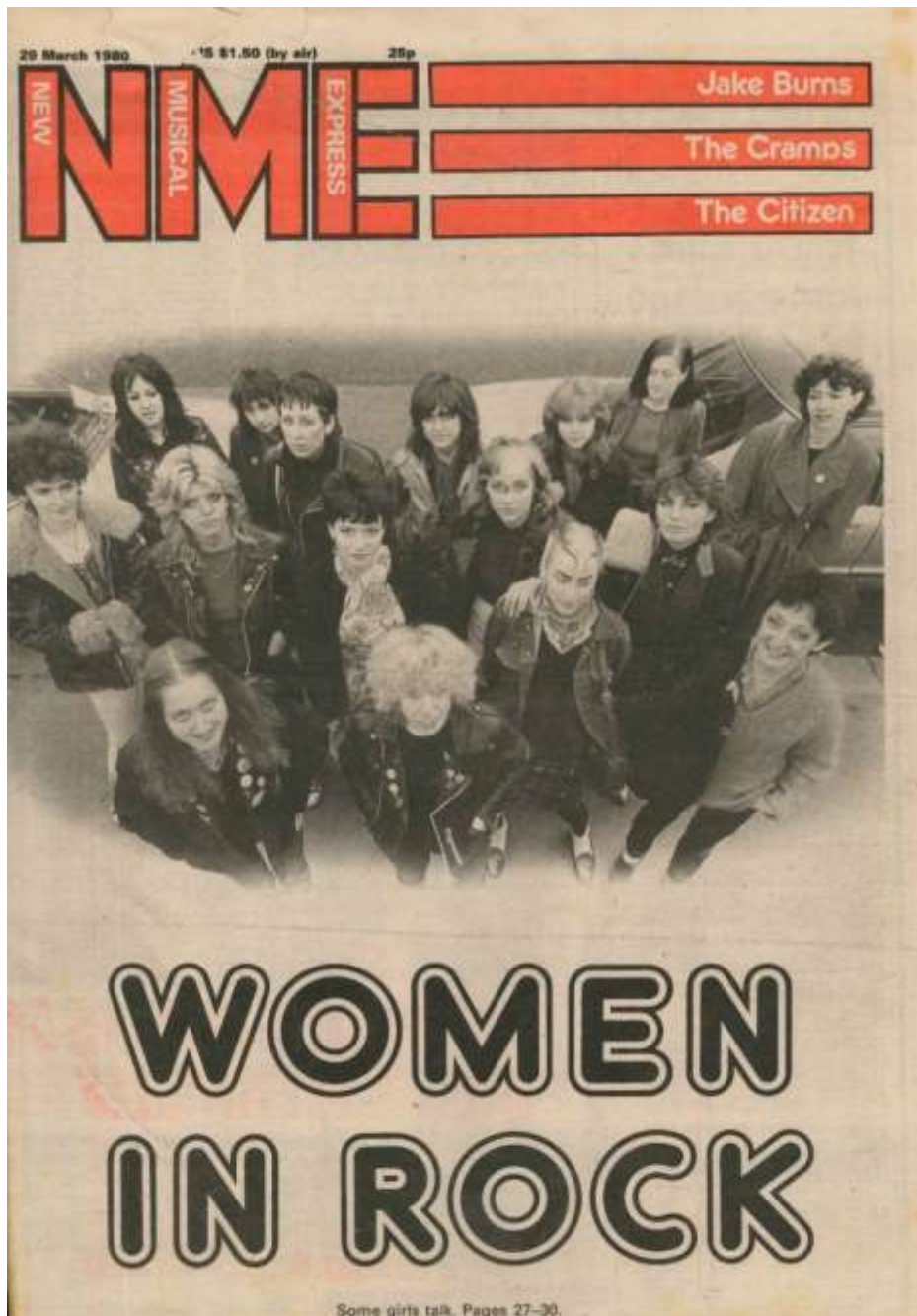


Ilustración 59: Women in Rock. NME 29 Marzo 1980

“Marketing female performers together is as way of targeting diverse audiences, and hedging your bets, but “women in rock” trend articles seem increasingly outdated. When this category finally disappears, perhaps we can celebrate true equality for women in business” (O’Brien 2012, p.15). Consideramos, como sugiere 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. El reportaje compendia las declaraciones de diversas artistas en el espacio de 3 páginas y se abre con el título: “**Cute, cute, cutesy goodbye**” incorporando 5 fotos (3 medianas y una grande) del fotógrafo Mike Laye con un 30% de texto. En las páginas siguientes (28-29) identificamos otras 5 fotos, siendo una de ellas un retrato grupal de las 16 mujeres participantes (con la periodista D. Pearson) que bajo el titular: “*The class of ‘80*” aparecen subtituladas sin apellidos, a excepción de dos artistas que comparten el nombre de Jane.

En las 4 fotografías restantes tampoco se identifican a sus protagonistas, y en el texto, que ocupa respectivamente un 70% y 20% de las dos páginas, se destacan dos proclamas feministas que son una declaración de principios:

Barbara Grogan (The Passions): “**There’s nothing I enjoy more than being onstage and slagging off men**”.

Kate Corris (The Silts): “**The majority of women want babies, and you can’t go gigging and touring when you’re pregnant or with a small child. It may seem very unfair, but unfortunately men do not have babies**”.

Estas declaraciones manifiestan que ellas, como mujeres artistas, se encuentran situadas en la periferia de la escena pública y reivindican un cambio de roles para que imposiciones como la maternidad deje de ser asimilada como una carga y deba ser postergada. Deanne Pearson ofrece un compendio de los obstáculos de la mujer en la profesión y trata de justificar estas carencias. Destacamos en primer lugar que el título no es necesariamente inclusivo.

**"For the last 25 years men have dominated and controlled rock music. Smug and self-satisfied with the exclusivity of their own professional company, they have been protected from female interlopers by the traditional outer guard of male record company executives and the, ahem, gentlemen of the press."**

Asume que:

**"Until recently rock'n'roll has been a male domain."**

Pero ahora:

**"women area forcefully asserting themselves, aggressively challenging the hitherto undisputed "male supremacy" and demanding their share -to discover, not surprisingly, that they are just as capable and just as tough as men".**

Recorre los tópicos de mujer sexualizada desde los años 60, a los intentos de mujeres rockeras por subvertir el orden establecido **"dressing like boys in their groups, implicitly denying all associations with femininity"**. En algunos aspectos, Pearson, parece complacer al patriarcado con una descripción somera de las reivindicaciones de las mujeres y alude a cómo la estética ha sido el arma con el que la mujer punk ha manifestado su diferencia, su identidad:

**"They choose no tot wear skirts at all, revealing suspenders, corsets, and tits for all the voyeurs, and so reduced sexuality to an almost perverted pornographic level. Gaye Advert and Joan Jett choose more masculine look of jeans, leathers and studded belts..."**

El reportaje reúne a 17 mujeres de 6 grupos femeninos del momento, un intento muy loable que permite escuchar diferentes voces: feministas que reivindican la calidad y credibilidad de sus bandas, la posibilidad de ser referentes para otras mujeres, dan cuenta del sexismo de la industria y de las dificultades para conciliar. La libertad de expresión de los testimonios ofrece discusión sobre las dificultades de éxito y la realidad de una industria que las cosifica. Aluden al paradigma de autodenominarse feministas.

**"All three bands (Raincoats, Au Pairs, Passions) admit they are feminists, and it's why they are initially so cautious in this discussion. They don't want that label stuck on their bands because some of the public have pre-conceived ideas about a feminist band".**

Pearson cita a Gina Birch -guitarrista de The Raincoats- quien enfatiza: **"these women are not a load of dykes, a popular misconception associated with feminism"**. En suma, son voces que tratan de empatizar pero en algunos casos, la idea de etiquetarlas, no las ayuda. Así lo expresa Viv Albertine de The Slits:

**“If anyone says o implies that women are inferior, it doesn’t hurt or bother me at all. I know I am dealing with a complete arsehole, there are many in the rock business but no more than any other walk of life”.**

Brenda Johnson-Grau (2002), analista de la prensa musical británica, deplora la descalificación que hace Pearson de los logros de las mujeres en su artículo: “Downgrades the achievements of some women artists in this way: Not that there has ever been a shortage of women in music. The image of the coy, pretty but brainless sweet-girl vocalist is well known; a decorative visual in front of the real grafters” (2002, p. 209).

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, p.46-47)

**La portada 3** es una imagen realizada por la fotógrafa británica Pennie Smith, autora que inició su trayectoria con NME en 1980. La fotografía representa a un grupo de mujeres anónimas y sirve como señuelo para ilustrar el reportaje especial que la revista dedica a Japón apropiándose de un grupo de fans de género femenino como un elemento ornamental y de exotismo. El reportaje de dos páginas consiste en un collage de 11 fotografías firmadas por la propia Pennie Smith, entre ellas la que ha sido escogida como portada. Por su especificidad -se trata de una instantánea de personas desconocidas de la escena musical japonesa sin conexión a ningún grupo concreto- trasciende el objeto de nuestro análisis.

**La portada 4** consiste en una composición de 16 imágenes del grupo **Talking Heads** (Ilustración 60) realizadas por el fotógrafo, director de cine y video holandés Anton Corbijn. Es por tanto una representación de una mujer en una banda mixta carente de connotaciones discriminatorias.



*Ilustración 60: Portada NME Talking Heads con Tina Weymouth. 9 Noviembre 1980*

La portada esta compaginada como un mosaico de imágenes de 6x6cm de los cinco miembros de la banda, entre ellos la vocalista, compositora y bajista norteamericana Tina Weymouth, fundadora del grupo que aparece repetida en 4 de ellas. Observamos que la misma composición incluye una fotografía impresa en tinta roja -y de difícil identificación- que pertenece a la cantante, productora y compositora británica Siouxsie Sioux, y otra es del cantante y productor británico Robert Palmer. En los márgenes, superior e inferior, impresas a rojo identificamos otras 3 imágenes de dos grupos complementado la exposición de contenidos.

1	2	3	4
<b>SPECIAL AKA</b> February 9, 1980	<b>PETE TOWNSHEND</b> April 19, 1980	<b>GANF OF FOUR</b> June 21, 1980	<b>The BEAT GENERATION</b> Aug. 16, 1980
			

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. Veamos en contraposición las portadas protagonizadas por hombres.

5	6	7
<b>A CERTAIN RATIO</b> September 6, 1980	<b>MADNESS</b> October 4, 1980	<b>JOHN ONO LENNON</b> December 13, 1980
		

Seleccionamos la portada numero 3 (Ilustración 61) como ejemplo de neutralidad en la representación de género. Anton Corbijn, su autor, fue además de colaborador de R.S. Corbijn retrata al cuarteto de Leeds, Gang of Four en actitud relajada, en este caso como turistas en New York. Asumimos que las 7 portadas no transmiten sexualización alguna y son respetuosas con la imagen de sus protagonistas. La imagen que destilan es la de una publicación seria en la presentación de los artistas sean hombres o mujeres.



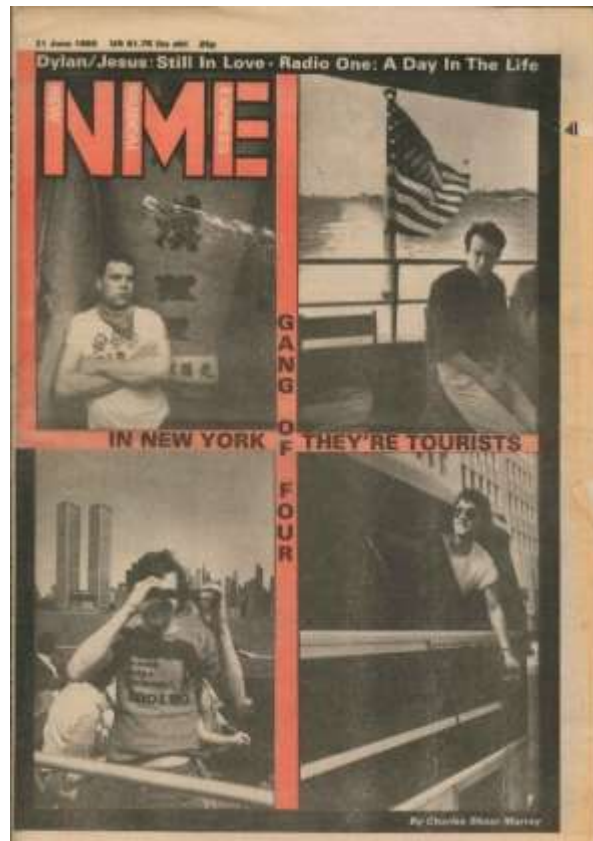


Ilustración 61: Gang of four (foto de Anton Corbjin). NME 21 junio 1980.

En el análisis de los estereotipos de género de las imágenes de la revista, en cambio, daremos cuenta de algunos ejemplos sexistas en consonancia con el tono que destilan alguno de sus titulares, que tal y como se reproducen a continuación, son frases que remiten al nombre del grupo que será tratado en el contenido de la entrevista.

- 1- **The 2-Toning of América.**
- 2- **Townshend Talks.**
- 3- **Gang of four. In New York they' re tourists.**
- 4- **The Beat generations.**
- 5- **The mancurian candidates. A certain ratio takes the soul test. Exam results special.**
- 6- **The mad hatters' TV party.**
- 7- **John Ono Lennon. War is over if you want it.**

En las páginas interiores hallamos titulares que demuestran -en palabras de Long (2012)- que los periodistas de NME 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. “Ian MacDonalds and Tony Tyler would scour photo files for the kind of pictures any other magazines would discard: appending speech bubbles and sarcastic headlines to pictures of rock royalty snapped with the eyes closed or tripping over in an approach learned from goofy American satirical magazine Mad” (2012, p.66).

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.

- **Dexy’s: Funky Butt Faszt!** (Dexy’s Midnight Runners. p. 16, Enero 1980)
- **Mirror, mirror, mirror in the wall who are the nastiest kids of all?** (Britain’s young tribes. p.11, Abril 1980)
- **Splodge gets sensible** (Dave Vanian, Captain Sensible, & Max Splodge muestran su trasero. p.15, Abril 1980).
- **Conversations with PETE on an up with Britain’s longest serving honest man of rock** (Pete Townsend. p. 29 Abril 1980)
- **Linton Kwesi Johnson and the delusions of victory. The new left chic and old soft heart shuffle. The Booshwah blues** (p.21. Junio 1980)
- **Beat! Bombs + bad boys** (The Beat. p.16, Agosto 1980)

A continuación, y a través de la comparativa entre dos entrevistas, comprobaremos el tratamiento del género. Por un lado, hemos seleccionado la entrevista a la cantante, productora, compositora y modelo jamaicana Grace Jones (Ilustración 62) y por otro lado el sexteto de ska The Beat (Ilustración 63), portada del 16 de agosto de 1980 cuyos miembros de etnicidades afro anglosajonas y afroamericanas son originarios de Birmingham (Reino Unido).

El titular de Grace Jones: “**The State of Grace**”, va acompañado de un destacado que nos advierte que será una entrevista íntima: “**Ian Penman peers into the private life and Japanese dinner of Grace Jones**”. El subtítulo ya subraya que el periodista se asoma a la vida privada de la interprete, acción que toma forma mediante estereotipos de género centrados en su aspecto físico

“Grace Jones is a nice lady who loves Japanese food. How does the name of Grace Jones figure in your code book?” ...“Cod eyed intensity? Showbiz? (Luke)warm leatherette? Disco elites? Whips and chains? A certain chat show? Two cheek bones? One hit single? Avant Garde fashion? Theatrical vacuum cleaner? Drag king?”...” Her music unfailingly fits her face: sharp, emaciated funk that's strong and as striking as her own bone structure”.

Comparemos ahora como son presentados The Beat en el titular: **“Beat bombs + bad boys”** anunciándonos que se trata de un grupo ruidoso de chicos malos. En la entrada, y con voz propia, su autor, Paul Morley otorga credibilidad instantánea al bajista de la banda, David Steele quien manifiesta como el éxito les llegó por sorpresa:

**“Everything we’ve done has been half an accident anyway. We were just playing music we liked in a pub and then The Specials appeared and suddenly we got caught up in that, and suddenly we found we were pop stars and then the LP came out and we became even bigger pop stars”.**



Ilustración 62: Entrevista Grace Jones. NME 13 Diciembre 1980



Ilustración 63: Entrevista The Beat. NME 16 Agosto de 1980

La crónica de The Beat está aderezada de adjetivos como **“eccentric, revolutionary, stunning”** ofreciendo descripciones de su destreza:

**“The Beat were developing as quickly as success was descending. They were always few steps ahead of where I thought they were... they were as exclusive and as realistic as it was possible for a pop group to be”.**

En el reportaje de The Beat, Morley intercala preguntas a sus 6 miembros. Uno de ellos, el saxofonista Saxa, proviene de Jamaica al igual que Grace Jones pero en ninguna ocasión se menciona ningún atributo físico, ni racial a ninguno de ellos. No se alude a sus escotes, su sensualidad, sus preferencias sexuales o parejas.

Penman se obstina en pormenorizar la apariencia física de Grace Jones: **“Leggy, mouthy, thin”**, sexualizándola y agraviándola al compararla a una depredadora mantis religiosa **“A camp preying mantis”**. Añade detalles de su vida privada, como su reciente maternidad, una comprobación de que **“el tratamiento otorgado a la mujer es más familiar, menos riguroso, más frívolo, resultando más fácil denigrar a las mujeres o mostrar cierto menosprecio”** (Gallego, 2004, p. 45).

La entrevista finaliza resaltando el aspecto andrógino de Grace Jones y la compara a una versión femenina de David Bowie: **“A female Bowie (inasmuch as they were both into bisexual imagery)”**. El discurso de Penman construye una imagen de Jones que la sanciona doblemente al ser una copia y no adquirir el estatus ni la verosimilitud de ser la original, a pesar de erigirse en un icono del denominado **“cross-dressing movement”** en los ambientes disco urbanos: **“Her achievement was acknowledged: she had imprinted a pop moment on mass consciousness, the first woman to redefine images of race and gender on such a wide scale”** (O’Brien, 2012, p.205).

Ian Penman o Paul Morley, autores de los dos reportajes comparados, son los promotores de un estilo egocéntrico e impenetrable inspirado por los filósofos franceses y la escuela de Frankfurt (Long, 2012) y del empleo de un **“semiotic lingo”** (Gudmundsson, Lindberg, Michelsen and Weisethaunet, 2002, p. 56). **“(...) Attempting to write in a way that was alternately brave and baffling, employing punctuation like a weapon, conjuring images that were abstract and evocative and occasionally downright meaningless. It was gloriously provocative but at times very long-winded an egocentric writing”** (Long, 2012, p. 170).

Gallego (2004), experta en comunicación y género, utiliza el término “competencia vital” para describir un mecanismo propio de la experiencia vital de los/las periodistas que se explica por una socialización distinta de hombres y mujeres. “Por tanto no resulta extraño que los y las profesionales tiendan a prestar más atención y valorar más aquellos acontecimientos sobre los que se sienten vitalmente más seguros” (2004, p. 44).

En el ejemplo propuesto se ha escogido remarcar la interseccionalidad como el instrumento para abordar la desigualdad de género hacia la artista jamaicana mediante una comparativa con un músico de su misma etnia. Género y raza aparecen como ejes de discriminación en el caso de Grace Jones a la que se le otorga una estereotipación mediante un tratamiento más familiar, menos riguroso y más frívolo apelando a su apariencia y a sus relaciones familiares.

#### 4.1.2.2 Exclusión y sesgo de género en textos e imágenes en *New Musical Express*

Presentamos a continuación cómo se ha codificado la presencia de la mujer en los contenidos de la revista *New Musical Express* en los 11 ejemplares de la muestra correspondientes al año 1980. Nos remitimos a los criterios de representación seguidos en la anterior publicación, y por ello remarcamos que se han contabilizado los textos -sin fotos y titulares- y se han clasificado acorde con las categorías de análisis centradas en los géneros periodísticos y la identificación de estereotipos de texto e imágenes.

Para obtener **el valor de referencia en el cómputo de palabras por columna** y, consecuentemente, por página entera, se ha seleccionado un muestreo de 3 páginas diferentes escogidas al azar teniendo en cuenta la compaginación de columnas y efectuando un promedio de las tres (Tabla 23).

	# Columnas	Muestra	Palabras por columna	Promedio Palabras / columna	Promedio palabras por página entera texto	Líneas	Promedio # líneas
<b>NME</b>	6	16 Ago'80 - p.54	536	580	3.480	124	125
		19 Abr'80 - p.62	610			122	
		6 Sep'80 - p.62	594			128	
	5	18 Abr'80 - p.62	606	669	3.345	122	124
		6 Sep'80 - p.34	699			126	
		21 Jun'80 - p.28	702			124	
	4	19 Abr'80 - p.30	1010	951	3.805	122	124
		6 Sep'80 - p.34	902			126	
		21 Jun'80 - p.28	942			124	
	3	19 Abr'80 - p.48	1160	1.175	3.524	116	121
		6 Sep'80 - p.27	1288			128	
		21 Jun'80 - p.33	1076			120	

Tabla 23: Páginas contabilizadas para establecer media total de líneas/ página. NME 1980

A continuación, otorgamos la equivalencia de **palabras por línea**, según las páginas se hayan compaginado a 6, 5, 4, y 3 columnas (Tabla 24).

	Columnas por página	Líneas	Palabras por columna	Palabras por Línea
<b>NME</b>	6	125	580	5
	5	124	669	5
	4	124	951	8
	3	121	1.175	10

Tabla 24: Cómputo de palabras/ línea y palabras/ columna en NME 1980

El cálculo de palabras por página en NME se obtiene de multiplicar el número de palabras en una columna por el número de columnas de una página entera de texto. Ejemplo (Tabla 25):

- 1 página de 6 columnas contiene 3480 palabras
- 1 página de 5 columnas contiene 3345 palabras
- 1 página de 4 columnas contiene 3805 palabras
- 1 página de 3 columnas contiene 3524 palabras

	Columnas por página	Palabras por columna	Palabras por página entera
<b>NME</b>	6	580	3.480
	5	669	3.345
	4	951	3.805
	3	1.175	3.524

Tabla 25: Cómputo de palabras totales por página de NME según número columnas

El número de palabras que NME ha dedicado a informaciones sobre mujeres, en los 11 ejemplares analizados, ascienden a **57.793 de un total de 542.854 palabras** (Tabla 26).

**El resultado porcentual es de 10,6%**, concordante con la hipótesis de partida sustentada en la exclusión de género en la prensa musical.

Editora	Palabras totales PUBLICACIÓN	Palabras sobre mujeres	% TOTAL
<b>NME</b>	<b>542.854</b>	<b>57.793</b>	<b>10,6%</b>

Tabla 26: Presencia de mujeres en palabras de texto en NME 1980

Para determinar la presencia de la mujer en las fotografías de las secciones analizadas, hemos procedido a contabilizar todas las imágenes publicadas, pero midiendo únicamente las protagonizadas por mujeres y posteriormente obtener la variable del tamaño.

El total de fotografías de la muestra asciende a **744 de las cuales 133 corresponden a mujeres**, el resultado porcentual es del **18 %** (Tabla 27).

Editora	Fotos Total	Fotos mujer	% Total
<b>NME</b>	<b>744</b>	<b>133</b>	<b>18%</b>

Tabla 27: Presencia mujeres en número de fotografías en NME 1980.

A continuación, desglosamos los resultados de la presencia de la mujer en los contenidos de NME segmentados por:

- 1- Género periodístico
- 2- Estereotipo del texto
- 3- Imágenes y tamaño
- 4- Estereotipo de las imágenes
- 5- Subtítulo de la fotografía.

## 1- PRESENCIA DE MUJER POR GÉNERO PERIODÍSTICO

Hemos llevado a cabo una segmentación por género periodístico observando que, en el exiguo porcentaje del 10.4% de presencia femenina en los contenidos de NME, **la entrevista es el género que aglutina la mayor extensión (43.2%)** y por consiguiente mayor cantidad de palabras. **El reportaje alcanza un 13.8%** y la crítica discográfica un 13.3% (Tabla 28, Ilustración 64).

Editora	Género Periodístico	Total	%
NME	Reportaje	7.991	13,83%
	Entrevista	24.959	43,19%
	Crítica discográfica	7.677	13,28%
	Crítica conciertos	5.919	10,24%
	Novedades discos	2.210	3,82%
	Noticias conciertos	2.903	5,02%
	Noticias actualidad	6.135	10,62%
	<b>Total</b>	<b>57.793</b>	<b>100,00%</b>

Tabla 28: Presencia de mujeres en contenidos de NME segregados por Género Periodístico.

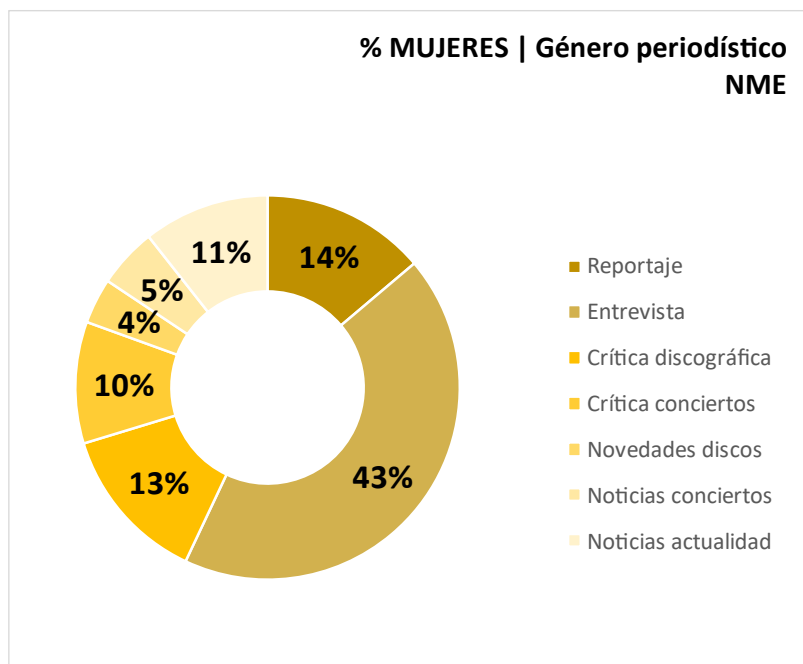


Ilustración 64: Presencia de mujeres en NME 1980 segregados por Género Periodístico



En un segundo nivel de análisis hemos considerado si la presencia de la mujer en NME es mayoritaria cuando lidera su propia banda, si obtiene mayor atención cuando forma parte de un grupo mixto, o en bandas femeninas. El resultado (Tabla 29, Ilustración 65) es que **NME prioriza contenidos en los que la mujer forma parte de un grupo mixto (53'3%)** y menor protagonismo cuando aparece como **líder de su propia banda (33'3%)** y cuando se trata de una **banda femenina, la visibilidad alcanza el 13'3%**.

	Editora
TIPO DE GRUPO	NME
Banda Propia	<b>33,3%</b>
Grupo Mixto	<b>53,3%</b>
Banda Femenina	<b>13,3%</b>

Tabla 29: Tipo de Grupo Musical, porcentajes en NME 1980

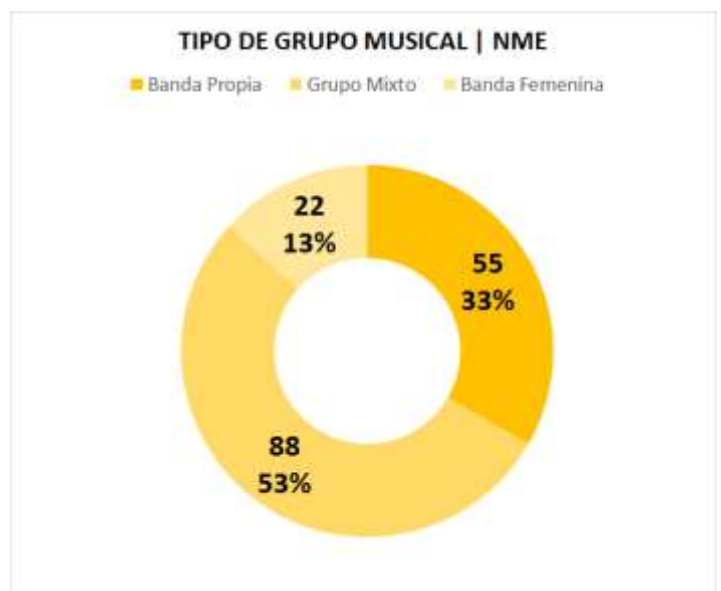


Ilustración 65: Tipología de grupos musicales porcentajes y valores absolutos en NME 1980

## 2- RESULTADOS SEGMENTADOS por ESTEREOTIPO DE TEXTO

En la lectura de los 11 ejemplares hemos contabilizado los estereotipos en los que incurre la revista NME y con ello demostrar, al igual que hemos procedido en Rolling Stone, cómo los medios ejercen el sesgo de género centrandose su atención en los atributos **físicos** (30%) de las mujeres artistas, a aspectos de su **vida privada y vida pública** (26%) y **la objetificación** (15%) (Tabla 30, Ilustración 66).

	Editora
<b>ESTEREOTIPO TEXTO</b>	<b>NME</b>
Atributo físico	<b>30%</b>
Vida privada	<b>26%</b>
Vida pública	<b>26%</b>
Mujer objeto	<b>15%</b>
Mujer vicaria	<b>4%</b>

Tabla 30: Estereotipos en textos en NME 1980

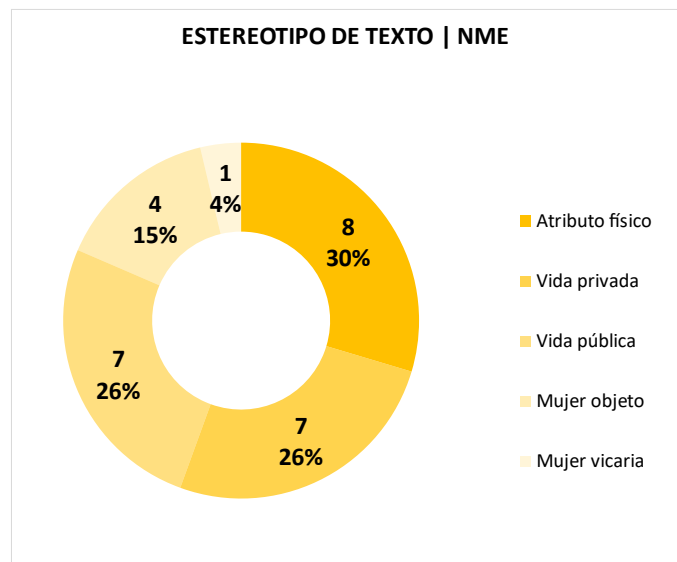


Ilustración 66: Porcentajes y valores absolutos de Estereotipos en Textos en NME 1980

### 3- RESULTADOS SEGMENTADOS por TAMAÑO de las FOTOGRAFÍAS

El análisis del tamaño de las fotografías en NME es otra de las variables que hemos determinado. De las **744 imágenes contabilizadas en los 11 ejemplares de la muestra sólo 133 corresponden a mujeres, una equivalencia porcentual del 18%**.

Detallamos una vez más que para determinar el tamaño de las fotografías hemos establecido las dimensiones lineales de una página de la revista (27x38 cm) y una vez obtenida su área equivalente en cm<sup>2</sup> (1026) determinamos los diferentes tamaños (Ilustración 67).

- **grande** si su área es mayor que  $\frac{1}{4}$  parte del área total de la página,
- **mediana** si su área es mayor de  $\frac{1}{10}$  parte del área total, y menor de  $\frac{1}{4}$  parte del área total, y
- **pequeña** si su área es menor o igual que  $\frac{1}{10}$  parte del área total de la página.

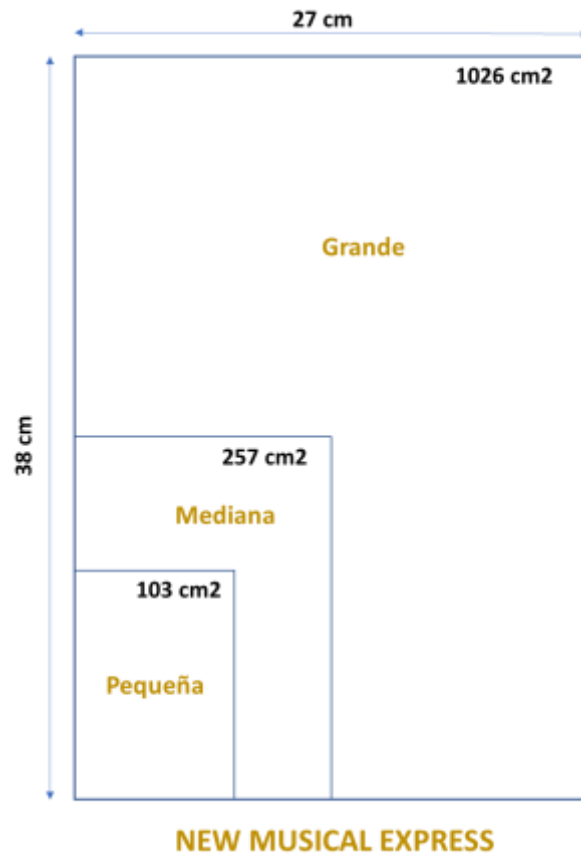


Ilustración 67: Superficie página NME y tamaño fotografías

NME publica la mayoría de las imágenes que representan a la mujer **en tamaño grande (48% de las 133 fotografías)**, seguido de fotografías pequeñas (35%) y medianas corresponden al 17% (Tabla 31, Ilustración 68).

		Editora	
Foto tamaño		NME	
Grande	65	48,9%	
Mediana	22	16,5%	
Pequeña	46	34,6%	
Total	133	100,0%	

Tabla 31: Tamaño de Fotografías de mujeres en NME

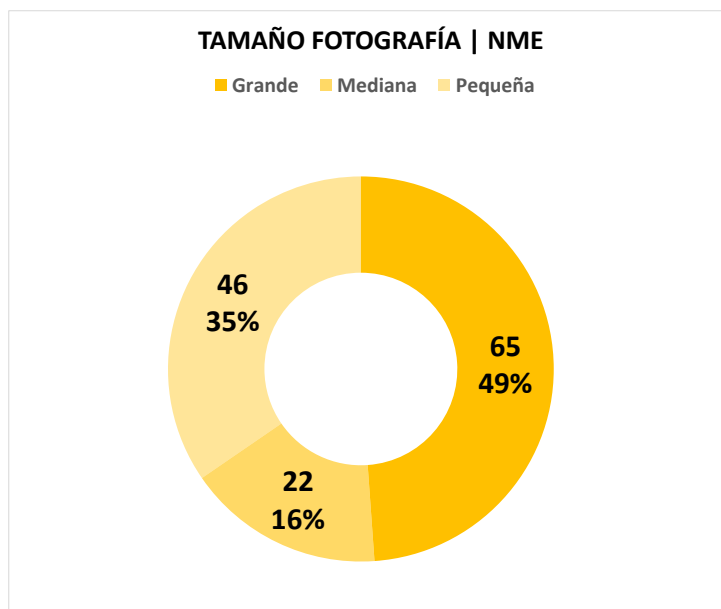


Ilustración 68: Porcentajes y valores absolutos tamaño de Fotografías de mujeres en NME

Cuando se trata de representar a la mujer en las imágenes hemos cuantificado si se visibiliza de forma individual, otorgándole valor a su obra como artista, o si prevalece a la grupal (Tabla 32).

Podemos concluir que en un **61% de las 133 fotografías donde la mujer tiene presencia se la representa como líder de su propia banda (individual)** pero el porcentaje se reduce cuando **forma parte de un grupo mixto con una o más mujeres (33%)**, y alcanzando **un 6% en las carátulas**, un elemento que por su carácter comercial trasciende en muchos casos en una representación estereotipada y cosificada de la mujer.

Es necesario observar que, si bien en la carátula la mujer también puede tener presencia formando parte de un grupo o de forma individual, el cómputo de las imágenes se ha establecido con estas categorías.

		Editora	
Tipo foto		NME	
Individual		60,9%	
Grupo		33,1%	
Carátula		6,0%	
Total		100,0%	

Tabla 32: Representación mujer segregada por tipo de grupo en NME 1980.

#### 4- RESULTADOS SEGREGADOS POR ESTEREOTIPOS de las IMÁGENES Y SUBTITULADOS

En el cómputo numérico de la representación de la mujer en fotografías también se han clasificado las imágenes según los estereotipos. Segregando las imágenes por géneros, comprobamos que un **18% corresponden a fotografías de mujeres y el 82% restante es monopolizado por los hombres** (Ilustración 69). En números absolutos representan 87 fotos activas y 46 estereotipadas (Ilustración 70).

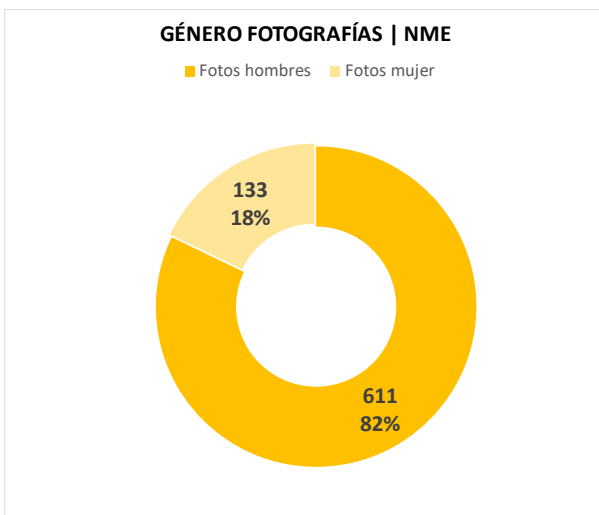


Ilustración 69: Género en las fotografías de NME 1980

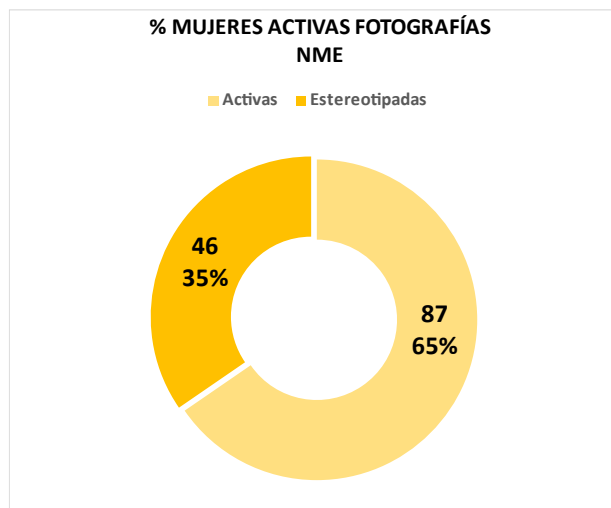


Ilustración 70: Porcentaje fotos de mujer activa NME 1980

La discriminación de género subyace enmascarada en estereotipos de mujer **pasiva** (14%) y **cosificada** (9%) reproduciendo una asimetría de género (Tabla 33, Ilustración 71). Un **7%** de estas imágenes invisibiliza a la mujer y su agencia mostrándola con los **ojos cerrados**, borrando su mirada.

ESTEREOTIPO FOTO	NME	
	Número	Porcentaje
Aspecto vida privada	2	2%
Cosificada	12	9%
Fragmentada	5	4%
ojos cerrados	9	7%
Pasiva	18	14%
Activa	87	65%
Total	133	100%

Tabla 33: Estereotipos mujeres en Fotografías de NME 1980

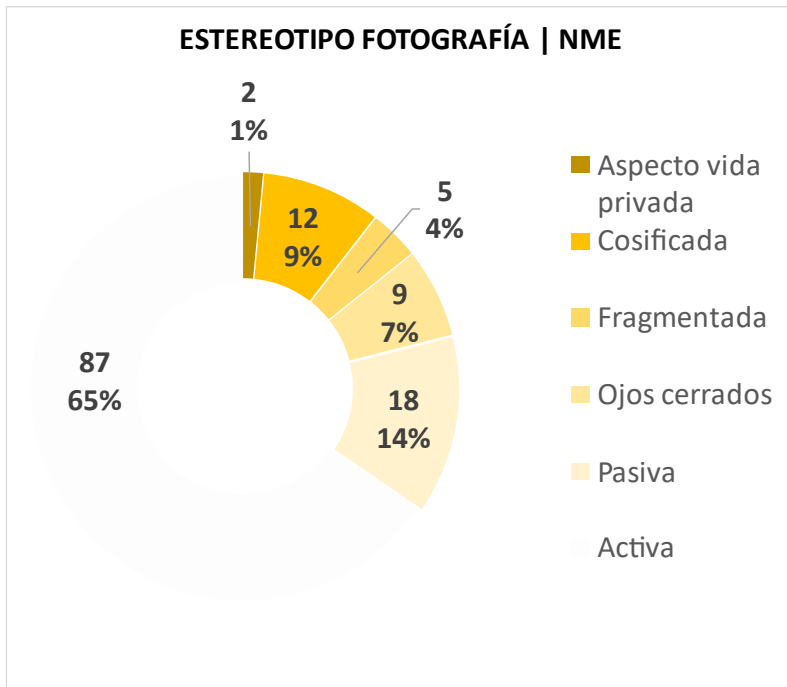


Ilustración 71: Porcentajes en Estereotipos de Fotografías en NME 1980

Una última variable nos la proporciona la **subtitulación de las fotografías protagonizadas por mujeres** (Tabla 34, Ilustración 91), y la comprobación de que **se omite identificarlas en un 46% de las imágenes**. Entre las imágenes que sí emplean subtítulos (54%), en algunos casos son excesivamente familiares y rozan el menosprecio, como comprobaremos en los ejemplos que presentamos a continuación resultado del análisis de textos e imágenes con perspectiva de género.

Editora	Subtítulo	
	Si	No
<b>NME</b>	<b>54%</b>	<b>46%</b>

Tabla 34: Porcentaje de Fotografías subtituladas en NME 1980

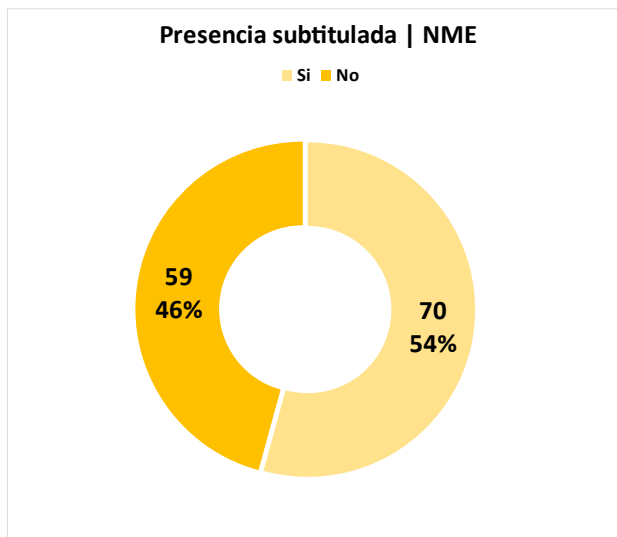


Ilustración 72: Porcentaje y valores absolutos de Fotografías subtituladas en NME 1980

Finalmente, hemos contabilizado títulos, subtítulos, imágenes, y sus pies de foto para comprobar el número de estereotipos de género en los que incurre NME y en total ascienden a 72 (Tabla 36). En el posterior análisis de estereotipos en textos e imágenes de los géneros periodísticos con perspectiva de género examinaremos 15 de ellos con detalle.

NME		1980										Total	
		12/01	09/02	29/03	19/04	21/06	26/07	16/08	06/09	04/10	08/11		13/12
Estereotipo Texto	Mujer vicaria	1											1
	Aspecto físico		1				1			1	1	4	8
	Mujer objeto	1	2								1		4
	Aspecto vida privada	2	1							1	2	1	7
	Aspecto vida pública		2				2				3		7
	<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>6</b>				<b>3</b>			<b>2</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>27</b>
Estereotipo Foto	Pasiva	3	3	2			1	1	3		2	2	17
	Cosificada	3	4				2			2		1	12
	Aspecto vida privada	1										1	2
	Fragmentada	2					1			2			5
	ojos cerrados	1		2			1	1		1	1	2	9
	<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>4</b>			<b>5</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>45</b>
												<b>72</b>	

Tabla 35: Localización y cómputo final de estereotipos de texto e imágenes en NME 1980

## 4.1.3. Vibraciones



1	<b>Inicio- final publicación</b>	1974-1982
2	<b>Grupo editorial</b>	Iniciativas Editoriales Sociedad Anónima
3	<b>Periodicidad</b>	Mensual
4	<b>Staff</b>	9 hombres. 1 mujer.
5	<b>Distribución</b>	15.000 /mes en 1980
6	<b>Ediciones internacionales</b>	no
7	<b>Número páginas</b>	64
8	<b>Color / Blanco y negro</b>	Color
9	<b>Precio en 1980</b>	125 pesetas (equivale a 3'419€ de 2020)

Fuente: Elaboración propia con datos de webs y otros recursos<sup>85</sup>.

<sup>85</sup> Nota relativa al precio de la revista: Equivalencias entre un precio de un bien o servicio del que conocemos el valor en una fecha pasada -origen-, utilizaremos el llamado "índice acumulado de inflación entre 2 fechas", que nos indica el valor por el cual hay que multiplicar el precio origen para encontrar el precio equivalente actual. Este índice acumulado de inflación (IAI) depende del tipo de divisa que se considere, y también del país en el que queremos realizar la comparación. El IAI corresponde al cálculo matemático derivado de las inflaciones anuales del país en cuestión, para la divisa considerada, según recogen las tablas oficiales publicadas al respecto.

Así, iremos a buscar el IAI para los 3 países que tenemos en estudio, para sus divisas nacionales. En el caso de USA, el dólar americano USD, en el caso del Reino Unido, la libra esterlina (GBP) y en el caso de España, el Euro. En este último caso, como el Euro se instauró el 1 de Enero de 1999, recurriremos a la divisa existente anteriormente, la peseta (ESP), que luego transformaremos a Euros según el multiplicador fijo de equivalencia peseta 1 Euro 0 166,386 PST. El período de tiempo que contemplamos para la comparación es de 1 Enero 1980 a 1 Enero 2020. El cálculo lo hemos tomado de <https://fxtop.com/es/calculadora-de-inflacion.php?A=100&C1=EUR&INDICE=ESCP2013&DD1=31&MM1=01&YYYY1=1977&DD2=27&MM2=04&YYYY2=2020&btnOK=Calcular+equivalente>

USA – USD: La inflación acumulada en el período es de 234,32%, de acuerdo al índice US CPI 1913 (Bureau of Labor Statistics). El equivalente de 1 USD a 01 de Enero de 1980 es de 3,3622 USD a 1 de Enero de 2020.

Reino Unido – GBP: La inflación acumulada en el período es de 257,17%, de acuerdo con el índice UK CPI 2005 (Office for National Statistics). El equivalente de 1 GBP a 01 de Enero de 1980 es de 3,5717 GBP a 1 de Enero de 2020.

España - ESP / Euro: La inflación acumulada en el período es de 468,94%, de acuerdo con el índice ESCPI 2013 (Instituto Nacional de Estadística). El equivalente de 1 ESP a 01 de Enero de 1980 es de 5,6894 ESP a 1 de Enero de 2020, o, de manera equivalente, 0,03419 Euros.



**Vibraciones** fue una revista musical fundada en Barcelona en 1974 por el periodista Àngel Casas y el editor Miquel Riera quienes hicieron una aportación individual de 400.000 pesetas de la época. Su consolidación coincide con el contexto de recuperación de libertades en la España postfranquista donde los medios de comunicación -especialmente la radio y la televisión- informaban sobre el rock español y las influencias de la música francesa e italiana.

En este entorno sociocultural y artístico, la revista tomó la delantera a publicaciones musicales ya existentes: *Fans*, *Mundo Joven*, *El Gran Musical*, *Disco Express*, *Popular-1*. Le seguirían *Star* -que además dio cabida a cómics, literatura, viajes- y herederos de esta línea vieron la luz revistas de cómic como *Makoki* o *El Cairo*, y otras con un aire progresista y de marcada modernidad como *El Viejo Topo* o *Ajoblanco*, que añadían además contenidos sobre política y contracultura.

Con el subtítulo: “*Vibraciones habla de la evolución musical de los años 70*”, la revista se especializó en ofrecer contenidos eclécticos imitando publicaciones francesas como *Rock et Folk*, o las angloamericanas especializadas en rock’n’roll tipo *Rolling Stone* o *Village Voice*.

Entre 1965-66 existen más de 6000 grupos musicales en España (Ordovás, 1987) “y al final de la década, la música se convierte en la principal manifestación cultural del país, destacando en 1980 como el cuarto mercado europeo” (Zallo, 1988, p. 91).

En las editoriales de *Vibraciones*, Àngel Casas su director, se hace eco de asuntos como la censura postfranquista, la supervivencia de la música local o “las prohibiciones y las multas, impuestas por la autoridad competente”<sup>86</sup>. Su envidiable distribución nacional fue el germen de una nueva cultura moderna en una sociedad donde el rock ya era consustancial a la juventud del país: “Era el bebedero obligatorio al que cualquier buen aficionado al rock, pero también al folk, el reggae y otros géneros, tenía que acudir (acudía) obligatoriamente”<sup>87</sup>.

---

<sup>86</sup> Cussó, E. (2016, 1 Diciembre). *Vibraciones*, revista musical. Recuperado de: <http://lwsn.net/article/vibraciones-revista-musical>

<sup>87</sup> Uribe, M (2015, Enero 17). *Vibraciones*, la revista rock de los 70, el orgullo de Àngel Casas (Entrada Blog). Recuperado de <https://www.heraldo.es/noticias/blog/2015/01/16/vibraciones-revista-rock-los-el-orgullo-angel-casas-1253882-2261124.html>

En 1980 Vibraciones alcanzó una distribución mensual de 15.000 ejemplares mientras que *Disco Express* apenas consiguió 2000. “Como todo nos llega tarde, éramos hippies cuando Europa y Estados Unidos empezaban a ser punks y se preguntaban, con Sex Pistols, "no sé qué quiero, pero sé cómo conseguirlo" <sup>88</sup>.

A principios de los años 1970, las publicaciones españolas tratan el fenómeno musical desde una óptica fan, subjetiva y sectaria dando preferencia a grupos de quienes los redactores eran aficionados: “*Popular 1* tenía unas fotos increíbles, pero Vibraciones era más erudita” <sup>89</sup>.

EL periodista J.M Costa<sup>90</sup> afirma que las premisas en Vibraciones eran claras: “La primera de ellas, zafarse del apoyo económico de las casas discográficas, buscando otras fuentes de financiación. La segunda, cubrir de manera algo más profunda la información musical”. Para esta labor Vibraciones reclutó un séquito de jóvenes periodistas con el propósito de otorgar un carácter serio y riguroso a la publicación. Una de las fuentes de conocimiento era la idealizada *New Musical Express*, de quienes replicaban contenidos como la cultura de las drogas, el mundo oculto o los autores del nuevo periodismo, practicando un estilo con prevalencia de críticas sexistas centradas en la cosificación de la mujer y el cuestionamiento de sus habilidades.

Durante sus 8 cortos años de historia, la publicación fue la escuela de diversos redactores entre ellos Constantino Romero, Oriol Llopis, Claudi Montañá, José María Pallardó, Damián G. Puig -que substituyó a Àngel Casas-, Jaime Gonzalo, Ignacio Juliá, Jesús Ordovás, Julio Murillo, Jordi Beltrán, Diego A. Manrique, Montxo Algara, Ray Bonici o Francesc Fábregas. Entre las colaboradoras ocasionales, dos mujeres, la reportera Patricia Godes y la fotógrafa Michele Curel. La única mujer que figura en el staff de Vibraciones es Elisa Nuria Cabot, quién consta como directora de la publicación, pero en realidad es una figura legal.

---

<sup>88</sup> Lloveras, E. (2019, Mayo 30). ¿Qué fue de los 70? Relato de la década del cambio en la que en España empezó casi todo. El Diario.es. Recuperado el 15 abril 2020, de [https://www.eldiario.es/cultura/libros/relata-decada-cambio-Espana-empezo\\_0\\_904659914.html](https://www.eldiario.es/cultura/libros/relata-decada-cambio-Espana-empezo_0_904659914.html)

<sup>89</sup> Cervera, R. (2017, 2 abril). Los recuerdos no pueden esperar. Revistas de música que vienen del pasado Valencia Plaza. Recuperado el 20 abril 2020 de: <https://valenciaplaza.com/revistas-de-musica-que-vienen-del-pasado>

<sup>90</sup> Costa, J.M. (1977, 31 julio). Las revistas musicales. El País. Recuperado el 20 abril 2020 de: [https://elpais.com/diario/1977/07/31/cultura/239148021\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1977/07/31/cultura/239148021_850215.html)

En los años 1970, en la cultura empresarial de los medios, prevalecían condicionamientos de acceso a la esfera de lo público excluyendo a la mujer de roles ejecutivos. La consolidación del movimiento feminista entre 1975-1976, propicia un intenso debate sobre feminismo, política, educación, trabajo, sexualidad (Alonso & Furió, 2007) y se produce una masiva incorporación de la mujer al mercado laboral. Recordemos que, en la Transición, menos del 2% de la población tenía estudios superiores<sup>91</sup>. La gerencia ejecutiva ficticia que ejerció Elisa Cabot, titulada en Periodismo, en Vibraciones ofrecía el salvoconducto para que la redacción pudiera funcionar constatando que el espacio reservado a la mujer era en la base de la pirámide y no en la cúspide.

A finales del franquismo, los medios de difusión construyeron una realidad social de la mujer discriminatoria “escribiendo al dictado” del régimen hasta que, a finales de los años 1970, y en plena Transición, la profesión periodística tuvo más libertad de expresión. En cualquier caso, su vocabulario y maneras de ver la realidad estaban “tamizadas por el punto de vista tradicional, masculino, excluyente y desigual” reproduciendo estereotipos y contenidos trivializados sobre las mujeres (López Díez, 2000, p. 42).

En el contexto de un medio de comunicación moderno como la revista musical Vibraciones, Jaime Gonzalo, periodista español recién graduado de una carrera liberal como Periodismo, abona su misoginia endémica en la crítica al nuevo disco de The Slits, una de las bandas femeninas más representativas del punk de 1980: “Siempre he pensado que las mujeres no sirven para gran cosa. Cuando intentan hacer algo, en lo que no participan a menudo, se amparan en su condición sexual, y se lo montan de “femeninas”. Oh, no voy a hacer un análisis freudiano de la mujer en la sociedad y cosas por el estilo” (Vibraciones, Julio 1980).

El aperturismo social se reflejó en una juventud que poseía conciencia como sujeto político. Vibraciones evolucionó a la par que la actualidad musical mezclando entrevistas y artículos sobre Lou Reed, Tangerine Dream, Nico, Santana, Bob Marley, Bowie o Elton John con la música "layetana" y la “cançó catalana”. Y contenidos como la popular sección de los lectores y debates sobre el coste de la música en directo o la organización de conciertos, los precios de los discos y las reacciones polémicas sobre determinados artículos publicados.<sup>92</sup>

---

<sup>91</sup> Rodríguez-Rata, A. (2020, Abril 26). Pactos de la Moncloa de 1977: así éramos, así somos. La Vanguardia. Recuperado 27 abril 2020, de <https://www.lavanguardia.com/politica/20200426/48677527753/pactos-de-la-moncloa-1977-2020-asi-eramos-asi-somos-crisis-sociedad-economia-politica.html>

<sup>92</sup> Canti Casanovas creador en 2006 de: la Web sense nom ([www.lwsn.net](http://www.lwsn.net)) dedicada a la contracultura española y las personas la que vivieron

Vibraciones desapareció en 1982, en una última época confusa en la que insertó artículos del *Melody Maker* y *New Musical Express* dando paso a la revista *Rock Especial* con un nuevo formato y equipo, y a mediados de la década se transformó en *Rock de Luxe*.

4.1.3.1 Análisis de portadas y titulares de Vibraciones



Ilustración 73: Ejemplares analizados Vibraciones 1980

Presentamos la muestra (Ilustración 73) de las portadas que corresponden a los 12 ejemplares de periodicidad mensual publicados durante 1980 y que se han adquirido vía coleccionistas privados.

Iniciamos el análisis de dichas portadas y los titulares utilizados por la revista Vibraciones identificando en primer lugar las protagonizadas por mujeres, y a modo de comparativa circunscribimos a continuación las portadas segregadas por géneros en los años previos (1979) y posteriores (1981) a la presente investigación.

- En 1979: 2 portadas protagonizadas por mujeres (de 12)
- En 1980: 3 portadas de mujeres (de 12)
- En 1981: 1 portada de mujer (de 12)

Las tres portadas con protagonismo femenino de 1980 no están acreditadas, asumimos por tanto que se tratan de fotografías de stock.



La portada número 1 la protagoniza Debbie Harry (Ilustración 74), cantante, compositora, modelo y actriz norteamericana del grupo mixto Blondie, con un titular que es eufemismo que tiende a reforzar la ideología de género: “**bueniiiiisima Blondie**”.

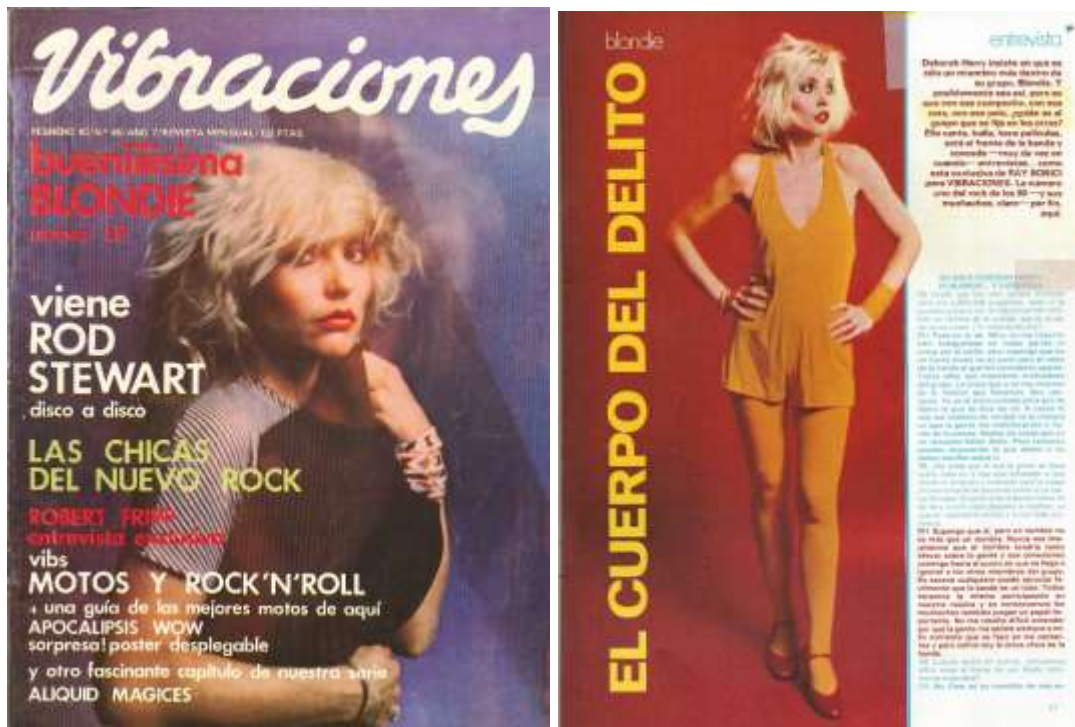


Ilustración 74: Portada 1 (Febrero) y página 21 (Agosto). *Vibraciones* 1980

En la misma portada, otro titular: **“Las chicas del nuevo rock”**, es un genérico femenino que engloba a todas las mujeres desestimando cualquier acción individual que hayan protagonizado y desdibujando el objeto de interés. En el análisis de la construcción del discurso, Bengoechea (2015) sugiere que tengamos presente la teoría de la valoración:

Para hacer visibles las presuposiciones sexistas o androcéntrica que gobiernan o laten en un texto (cuando existen), preguntándose a quién va dirigido, a quién habla, quién es el sujeto implícito, así como las condiciones de recepción: cómo se recibe ese mensaje implícito, dónde se sitúa a mujeres y hombres y qué consecuencias tiene en sus vidas este tipo de mensajes. (2015, p. 115)

La portada de Debbie Harry enfatiza la salida del nuevo disco del grupo que es objeto de crítica en la página 44 del ejemplar de enero 1980. Su autor, el reportero Oriol Llopis, le confiere la forma de una carta escrita por la mano de un fan, en la que, con un estilo irreverente y un lenguaje acosador, confiesa intimidades de forma posesiva a “Debbie”.

**“En *Vibraciones* ERES MIA, y cuando alguien escribe una nota sobre ti me pongo celoso, es como si coquetearas con otro rock-kritik”.**

La omisión del apellido de Deborah Harry ya es un intento de familiarizarnos con la protagonista presentándola estereotípicamente como una mujer objeto. En su reciente autobiografía, Harry, ha relatado que con su agencia palió la objetificación y misoginia con la que la atosigó la industria musical (Harry, 2019).

Johnson-Grau (2002), enjuicia que si el crítico evalúa el atractivo físico desvía su atención de su capacidad artística: “The sexual meaning of rock’n’roll becomes defined by the sexual preferences of the rock critic” (2002, p.213). Bengoechea (2015) sugiere que, en el análisis de la organización de las frases, y más allá de la transitividad, se examine la agencia, la nominalización y la concesión de voz en los discursos.

En el presente análisis mediado por la estilística femenina, apreciamos una exhibición del hombre como hablante, y a la mujer como un fin, como un objeto: **“yo deseo, si me permites, un tête-a-tête contigo”**. De nuevo, vemos reproducidos unos clichés de género totalmente anacrónicos, una frivolidad que seguramente queda justificada en una publicación de rock pero que son una rémora para la igualdad (Gallego, 2013).

Advertimos que la revista no dedica más espacio al grupo Blondie pero acudimos al ejemplar de Agosto de 1980 en el que Vibraciones via su corresponsal en Londres Ray Bonici, ofrece una entrevista con Deborah Harry y la ilustra con diversas fotografías. Una de ellas, la imagen principal (Ilustración 74), es objeto de análisis por su estereotipo de aspecto físico y por la connotación sexista de su titular: **“El cuerpo del delito”**. La frase se convierte en un reclamo que se utiliza de forma peyorativa y sexual, una “dicotomía semántica” que, además, connota un hecho delictivo que toma forma de sanción. La metáfora, en su esencia, pretende denostar su aspecto físico, culpabilizarla, relegando referencia alguna a su actuación o a sus logros.

La imagen de Deborah Harry combina elementos del “male gaze” -que se asimila a un modo de performatividad relacionada con los valores tradicionales de feminidad- con los de la expresión punk desacomplejada. Harry, desde el escenario público, está realzando y reivindicando su derecho a la diferencia, su fantasía, su frivolidad le reporta una sanción que la convierte en ofensa, en delito (Gallego, 2013).

En el contenido de la entrevista, el periodista Ray Bonici, ahonda en su vulnerabilidad, cuestionando a la propia Harry si su aspecto físico es “culpable” de la que veamos como un cuerpo.

**“...Deborah Harry insiste en que es solo un miembro más de su grupo, Blondie. Y posiblemente sea así, pero es que, con ese cuerpecito, con esa cara, con ese pelo. ¿Quién es el guapo que se fija en los otros?”**



En el año 1979, las opiniones de Deborah Harry fueron objeto de polémica en la revista británica *Melody Maker* por “el problema” que representaba que el grupo Blondie se identificara con Deborah Harry. La respuesta de la cantante fue categórica y trascendente reafirmando su agencia: “It was weird and frightening and annoying and insulting, and sometimes it was good, but now it’s got to the point where we’re taking it and using it to our advantage” (Bangs, 1980, p. 88).

Kruse (2002) admite que en el rock, el crítico y el lector, coexisten en un mundo falocéntrico donde la mujer es algo accesorio: “Because most rock criticism is anchored in male experience, critics tend to see rock as essentially male” (...) “rock is constructed as an essentially male form of expression and pleasure” (2002, p. 138).

Bonici prosigue su entrevista acosándola y utilizando construcciones valorativas cargadas de ideología:

**R. Bonici: ¿Eras consciente de que te parecías a la Monroe antes de empezar a cantar?**

**D. Harry: si, pero qué se puede hacer, ¿someterse a cirugía estética para ser diferente?”**

**R.B: Oh no. ¿pero no te importa que te comparen con ella?**

**D.H: Ni me gusta ni me disgusta. Supongo que está bien. ¿Qué hay que hacer? ¿Revertir el proceso? Mucha gente se opera para parecerse a mí. ¿debería yo operarme para parecerme a ellos?**

Blondie, con una discografía de 32 álbumes han vendido unos 40 millones de copias, la misma cantidad que Bob Dylan, para quién el tratamiento asimétrico ha sido drásticamente diferente.

El menosprecio hacia las mujeres se manifiesta sobre todo en los duales aparentes -palabras con significado distinto según estén en femenino o en masculino-, en los vacíos léxicos -palabras que no tienen femenino y que designan cualidades, es decir, son positivas y palabras que no tienen masculino y que llevan siempre una carga negativa-, en los tratamientos y usos de cortesía y su manifiesta asimetría y también las definiciones, acepciones y ejemplos del diccionario, en adjetivos y adverbios, en refranes y frases hechas, en la reproducción de estereotipos sexistas, nombrando a las mujeres aparte y en la negativa a feminizar los nombres de muchas profesiones, entre algunas otras manifestaciones (Meana, 2004, p. 60).

En la portada número 2 (Ilustración 75) y correspondiente a noviembre de 1980, observamos que se trata de una fotografía fragmentada de una mujer a la que identificamos por el titular: “**Marilyn Monroe vive!**”. Identificamos que la imagen corresponde a un *frame* de thriller Niágara, dirigida por Henry Hataway en 1953, -explicitado en la editorial de la revista y también en el ejemplar del mes siguiente-.

Damián García Puig, su editor, justifica la elección de esta portada de esta forma:

“Buscábamos algo distinto, no la foto de la Monroe mil veces vista y ahora vuelta a publicar. Algo insólito. Y Francesc Fábregas situó su cámara delante de la TV en color, consiguiendo por fin la impresionante instantánea que ocupó la portada: una Marilyn desconocida y conmovedora, la Marilyn agonizante de “Niágara”. Aun así nos costó mucho decidirnos, porque todos creíamos que aquella bellísima mujer no se parecía en absoluto a la M.M. conocida por todos. Sin embargo, lo era. Todavía hay quien nos pregunta: “¿Quién es esa tía tan guapa de la portada? La auténtica, la real, la inmensa Norma Jean. La que vive en el corazón de todos nosotros.”.

Se trata por tanto de una portada atemporal no vinculada al análisis que nos ocupa relativo a la mujer en la música. La imagen acompaña un relato de ficción escrito por el propio editor sobre “**uno de los mitos más bellos de la cultura del rock y el acierto del fotógrafo en captar su cara agonizante en Niágara**”. La mirada cándida y perdida de Marilyn Monroe, su boca entreabierta y suplicante, implorando ayuda, es una cara que refleja sufrimiento, agonía -como sugiere el editor- invisibilidad en suma.



Ilustración 75: Portada 2, Marilyn Monroe (Nov), Portada 3, Cindy Wilson (Dic). Vibraciones 1980

La tercera portada (Ilustración 75), la protagoniza la cantante y compositora Cindy Wilson, componente del cuarteto mixto norteamericano B-52, cuya representación es, de nuevo, la de una mujer pasiva. La elección de esta portada, según esclarece el editor en la página 5 del ejemplar de diciembre de 1980, fue fortuita ya que el interés principal de la publicación era identificarse con **“un toque furiosamente roquero”**. En la construcción de conocimiento sobre el tema replicamos su declaración:

**“Al principio queríamos poner a Ted Nugent, más que nada para volver a dar a Vibraciones el toque furiosamente roquero, heavy, que desde la cubierta con Police había perdido. Pero sucedió que la única foto que nos convenía de Nugent era apaisada...”**.

La elección de las portadas en Vibraciones no se vincula a una política editorial específica supeditada a una prebenda comercial -al estilo de Rolling Stone-, sino que era más anárquica y tomaba en consideración otros criterios como los conceptos de diseño o editoriales.

En Vibraciones, publicación más limitada económica y geográficamente a la hora de cubrir determinados artistas con cachet internacional, la entrevista principal corría a cargo de los corresponsales (en Londres o New York) con dominio del inglés y obedecían a favores de los *gatekeepers* de las discográficas con los redactores.

El caso de la portada 3 se trata de una decisión circunstancial ya que en la publicación ni tan siquiera se entrevista a Cindy Wilson, o a su grupo; la verdadera misión de sus editores era reservar la portada privilegiada a **“Ted Nugent, la furia del rock and roll”**. “Rock is lived by its male (or honorary male) audience, to the exclusion of girls and women” (Reddington, 2012, p. 167).

A continuación, hemos seleccionado diferentes titulares de entrevistas y reportajes protagonizados por mujeres que ponen de manifiesto que las representaciones de género de la revista Vibraciones son asimétricas.

- **Joni Mitchel entre las sábanas**
- **Las chicas de Madrid**
- **Las chicas del nuevo rock**
- **El cuerpo del delito**
- **La gran dama de occidente**
- **Hacérselo en las calles**
- **La bruja americana**
- **La ciudad de las mujeres**

- La rosa judía
- Otra chica nueva

**Joni Mitchel entre las sábanas**, titular identificado en la portada del ejemplar de septiembre 1980, es un eufemismo peyorativo de mujer sexualizada y frívola. El reportaje está consagrado a **La gran dama de occidente**, la cantante y compositora canadiense Joni Mitchell (Ilustración 76).



Ilustración 76: Joni Mitchell (Septiembre), páginas 39-40. Vibraciones 1980

La autoría del reportaje recae en la periodista Patricia Godes<sup>93</sup> quien testimonia que las entradillas y títulos de sus reportajes quedaban en manos del editor. En este caso, y a modo de anzuelo, lo inicia haciendo hincapié en su vida privada al mismo tiempo que cuestiona si la razón de su éxito radica en un estereotipo de aspecto físico: **“ni es guapa ni fea, quizás sea eso”**.

**“Tiene fama de haberse acostado con medio show *business* americano: Leonard Cohen, Stephen Stills, Graham Nash, Neil Young, James Taylor, Jackson Browne y quién sabe cuántos más han pasado por sus sábanas. Ni guapa ni fea, quizás sea eso... Patricia Godes te lo explica mejor”**.

Mitchel adquiere el título de **“gran dama de Occidente”**, se trata de **“una gran dama”** -concepto que en periodismo musical no tiene un correlativo masculino- pero se sentencia que es promiscua: **tiene fama de haberse acostado con medio show *business* americano**; una sanción de género que invalida sus méritos.

La misoginia del patriarcado condenó a Joni Mitchell por confrontar los tópicos sexuales y ella respondió con la exploración de la masculinidad como medio de escapar de los estereotipos de género de los que fue objeto. “The issues women in popular music had to consider included an ‘emphasis on image over musicianship’, the choice between career and family, and the requirement to fit into a male domain” (Whiteley, 1997, p. XXV).

O’Brien (2012) asegura que la especulación sobre sus relaciones personales fallidas y su carácter sexual tan estereotípicamente masculino fueron objeto de la revista Rolling Stone: “the magazine published a diagram of her alleged love affairs, giving her an award as “Old lady of the Year” (2012, p. 148). En Vibraciones también le otorgan una anomalía de género sancionándola como una **“libertina-come hombres”** que pone **“los dientes largos a más de una groupie”**. Se pone en evidencia, por un lado, un aspecto de su vida privada -a la que según parece nadie tiene acceso- pero por alguna razón **“ha trascendido al dominio público”** y por otro, se la enjuicia con una ideología propia del patriarcado considerándola una groupie:

**“Jamás ha hablado de su vida privada -de hecho, nunca da entrevistas- pero sus amoríos con superstars ha trascendido al dominio público y además de la fama que goza por su música ha ganado la de libertina-come hombres que tanto impresiona a cierto sector del público. Leonard Cohen, Stephen Stills, Graham Nash, Neil Young, James Taylor, Warren Beatty, Jackson Browne y, últimamente su batería y no sé cuántos más han pasado por sus manos, haciendo de paso los dientes largos a más de una groupie profesional”**.

---

<sup>93</sup> Entrevista telefónica realizada con Patricia Godes el 27/5/2020.

Godes, a quien se ha emplazado a opinar sobre esta sanción, ha admitido que el segundo párrafo es suyo transluciendo una actitud subconsciente de la idea que lo masculino tiene prioridad y proyectándose en el grupo de referencia (Bengoechea, 2012). Gallego (2012) aduce que en las redacciones impera la perspectiva de género masculino, la “cosmovisión androcéntrica” que redundaba en sometimiento a los valores dominantes.

La infrarrepresentación femenina en las redacciones es un posible mecanismo de reproducción de estereotipos de género debido a la organización profesional, no tanto por el hecho de que el sexo, por sí mismo, pueda incidir en la manera en cómo se trata la información, sino por cuanto una presencia tan escasa de mujeres puede provocar la inhibición de temas relacionados con el género con el objetivo de caer en la falta de legitimidad profesional por parte de las pocas mujeres que, finalmente, han conseguido el reconocimiento de sus superiores o sus iguales. (Gallego, 2004, p. 42)

En su caso, Godes, denuncia auto marginación y reconoce que debía luchar por integrarse y mimetizarse como “*one of the boys*” pero demostrando que era tan erudita como ellos.

**Patricia Godes:** “A las entrevistas, si las artistas eran guapas, iban ellos. A mí me dejaban los restos - que al final eran los de más prestigio y me dieron cachet- y me enviaban a las universidades y a las charlas sobre mujeres y rock. A mí no me querían, pero debía adaptarme para sobrevivir. Cuando sugería temas no me los aceptaban, entonces proponía temas que sabía que les podían gustar”<sup>94</sup>

Reddington (2012) considera que los prejuicios sexuales han hecho mella en la consideración de la mujer como profesional acreditada: “I have emphasized the importance of pleasing these gatekeepers, who of course, most frequently male and, if they were not, were rare females in a male-centered environment, who were themselves in the position of pleasing males” (2012, p.179).

---

<sup>94</sup> Entrevista telefónica realizada con Patricia Godes el 27/5/2020.

Como conclusión a nuestro análisis aportamos la opinión del biógrafo de Joni Mitchell<sup>95</sup>:

**Mark Scott:** “I don’t know how much you know about Joni Mitchell but, although she is no stranger to the battles that non-male people have to fight in the popular music realm, she has always been someone who has insisted on having it her way in almost anything that pertains to her art. She has, in large part, been successful in maintaining her focus on her own visions and also maintaining her artistic integrity. Most of her studio recordings list her as the sole producer. Many people who have worked on her records have said that she always had firm ideas of what she wanted on them and that, as she learned about the recording process, she knew how to bring those ideas to fruition. However, she has paid a price”

Repasamos a continuación el resto de las portadas de 1980 indicando que, en ellas, los titulares funcionan como índices de contenidos, pero no necesariamente replican informaciones en las páginas interiores.

1	2	3	4
Enero 1980	Marzo 1980	Abril 1980	Mayo 1980
			

<sup>95</sup> Mark Scott entrevista vía email, 19/2/2021.

4	5	6	7	8
Junio 1980	Julio 1980	Agosto 1980	Sept. 1980	Octubre 1980
				

Mostramos algunos titulares de informaciones relativas a grupos masculinos observando que, en ellos, el hombre es personificado como sujeto, y nombrado con sus apellidos y con epítetos que le relacionan con acciones de poder -de irreverencia e incluso salvajismo-, un concepto en consonancia con la idea de que a ellos sí se les permite saltarse las normas.

- **John Cale, el hombre maldito de Velvet Underground**
- **Roger Daltrey enemigo público nº1**
- **Michael Jackson. Bio: ritmos de negro platino**
- **The Police, triunfar sin poner el culo**
- **La venganza de los Sex Pistols**
- **Ted Nugent, la furia del rock and roll**
- **Status Quo, un repaso entre piernas. Quorum por pelotas**
- **El paquete de Marlon Brando**
- **El despertar del Poseidón**
- **Police, la fórmula de la energía**

Hemos seleccionado como ejemplo, un reportaje dedicado a Ted Nugent, titulado “**El libro de la selva**” donde su autor, Jaime Gonzalo, reivindica una masculinidad superior canonizando y legitimando un discurso plagado de adjetivos y metáforas de dudosa credibilidad dirigidos a lectores heterosexuales blancos de una edad determinada.



- **Licantropía en noche de feed-back**
- **Nacido para aullar**
- **Kamikaze Gibson**
- **La fiera doméstica**
- **Zarpazo a zarpazo (o disco a disco)**
- **La carretera del trueno**
- **Rory Gallagher, trepidación!**

Como ejercicio comparativo proponemos una noticia elaborada por Diego A. Manrique en la que las protagonistas comparten un imaginario donde el denominador común es la denostación de su aspecto morfológico y físico:

- Neumáticas: "**LA NEUMÁTICA DOLLY PARTON** hace de secretario (¿uh?) de Jane Fonda en una próxima película..."
- Guerrilleras: "**LAS SLITS, GUERRILLERAS del nuevo rock** continúan en la brecha...",

Entendemos que el epíteto "guerrilleras" se atribuye a que la portada de su disco *Cut* consistió en una declaración de intenciones mostrando una imagen insurrecta que incumplía los mandatos de género.

- Vicarias: "La **MARIANNE FAITHFUL** (que fue consolada por Anita Pallenberg, **otra ex chica Stone**)"
- Doradas: "...Otro cambio ambiental. Es el de Linda Rondstadt. Después de saltar hacia un sonido "nuevaolero" en su último plástico, **la chica dorada del rock** blando californiano se lo monta de actriz teatral..."
- Cosificadas: **LA BELLA TANYA TUCKER** rehúsa una oferta de muchos ceros para posar en "Playboy".

A continuación, dos titulares de entrevistas a dos celebridades del rock:

- **Mi droga es el sexo** titular políticamente incorrecto que ilustra la entrevista al guitarrista y compositor norteamericano Frank Zappa (Ilustración 77).
- **Quorum por pelotas** de la banda británica Status Quo (Ilustración 78).



Ilustración 77: Frank Zappa (Abril), p.20. Vibraciones 1980

El discurso en ambos se asimila a los identificados en las revistas francesas y anglófonas de las que el equipo de redacción absorbe influencias actuando como elitistas fans. En su ímpetu buscan polarizar y legitimar una misoginia en línea con las visiones machistas del patriarcado en la España de 1980.

Vilarós (2018) identifica la Transición española con unos años en los que la juventud española transitó al paradigma postmoderno reflejado en un estadio eufórico, y el consecuente florecimiento de expresiones rupturistas y marginales en lo artístico, social, literario y político. Los denomina los años del mono, y los identifica con “el exceso, con la ruina, con la alucinación y la muerte, con el espasmo del éxtasis y con la alegría del reconocimiento” (2018, p. 72). Y señala que “el momento de la transición es el espacio donde se procesa el olvido, agujero negro que chupa, hace caer y encripta los desechos de nuestro pasado histórico, aquella nuestra historia maloliente que todos nos apresuramos a repudiar y que en parte todavía seguimos ocultando” (2018, p. 48).



Ilustración 78: Status Quo (Marzo), p.38. Vibraciones 1980

Otorgamos que este titular: “**Status Quo. Un repaso entre piernas de Antonio de Miguel. Quorum por pelotas**” (Ilustración 78) es el alegato generacional de Vibraciones que apela a caducas representaciones de la virilidad. Leemos en su entrada que: “**hay que meterse entre sus piernas para comprenderlos bien**”. Y el párrafo final aclara: “**Status Quo son los reyes del super-macho boggie**”. Sin duda, se trata de expresiones que apelan a un público objetivo masculino, joven, impregnado de supremacía y machismo sus contenidos.

Juana Gallego<sup>96</sup>, juzga que el cuerpo femenino se puede despedazar y parcelar del todo; en el cuerpo masculino, sólo el mentón, el torso y los genitales. ¿Sería plausible realizar una asimetría y representar a la mujer -y sus cualidades performativas- poniendo en valor su busto o sus ovarios?

<sup>96</sup> Juana Gallego, referenciada en el contexto del Master Género y Comunicación (UAB), 26/3/2019

Para terminar el análisis de portadas y titulares, recuperamos un último ejemplar (diciembre 1980) y dos reportajes: uno fotográfico con los mejores conciertos del año, y otro de los grupos con proyección de futuro o que ya están triunfando. El autor de este último, el periodista Jesús Ordovás quien clasifica hasta 191 bandas de las cuales manifiesta repetidamente sus preferencias por “...**Donna Summer, Grace Jones o Diana Ross (tres de mis negras preferidas)** ...” aunque la representación de género, en clara desventaja, no supera los 14 grupos con mujeres como líderes o en grupos mixtos.

El reportaje fotográfico de Francesc Fábregas recopila 22 imágenes de las cuales solo dos pertenecen a grupos o interpretes femeninas: Lene Lovich y Joan Baez respectivamente. El subtítulo de la imagen de Lene Lovich, cantante y compositora británica-norteamericana de ancestros serbios que actuó en el mismo escenario que el cantante británico y fundador del grupo Magazine, Howard Devoto (Ilustración 79), no podía ser más ilustrativo:

**“Dos al precio de uno. De los aullidos femeninos de los Balcanes al inteligente pop intelectual de la Gran Bretaña”.**



Ilustración 79: Lene Lovich, Howard Devoto (Magazine). Vibraciones, Dic. 1980

La segunda fotografía, coprotagonizada por el cantante y compositor neoyorquino Lou Reed y la cantante, activista y compositora norteamericana Joan Baez (Ilustración 80) aspira a ser un subtítulo igualmente despectivo:

**“Lo de siempre, ni más ni menos. Esta protestona señora se encontró a las mil maravillas entre un público fervoroso que en su mayoría, no comulgaba con el rock. Pues eso”**



Ilustración 80: Joan Baez, Lou Reed. *Vibraciones*, Dic, 1980

Como resumen, los siguientes epítetos extraídos de los titulares del reportaje, son la evidencia de cómo la prensa musical ejerce la discriminación de género atribuyendo a los hombres calificativos asociados al poder, la perfección o la dureza y 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, lírico y grandioso, música personal e intransferible, sofisticado, “planante”, paquete variado y atractivo, perfecto, marchoso y hasta grandioso, música estimulante e imaginativa.**

Las valoraciones dirigidas a Baez y Lovich respectivamente son tan limitadas como sexistas: **protestona y aullidos femeninos**.

A continuación, reproducimos uno a uno, los subtítulos de los 19 conciertos ubicados en su contexto y que sirven como verificación de que, en términos de feminismo estilístico, la colocación y giros léxicos promueven un sesgo de género:

- 1- **Barclay James Harvest. Una demostración en directo de que el rock sinfónico esta todavía vivo y bien. El eficiente y etéreo sonido de esta banda supuso un regreso a la filosofía de los 70.**
- 2- **The Police. Memorable visita del grupo puntero de la Nueva Ola más comercial. Reggae y rock agitados en la perfecta coctelera que tan bien saben manejar estos rubios de oro.**
- 3- **Billy Joel. La verdad es que nadie se lo esperaba. Acostumbrados a conocerle por sus discos, nos temíamos lo más blando. En directo se comportó como el mejor de los rockeros neoyorquinos.**
- 4- **Lene Lovich- Magazine. “Dos al precio de uno. De los aullidos femeninos de los Balcanes al inteligente pop intelectual de la Gran Bretaña”.**
- 5- **Joe Jackson: Arte y oficio. Tieso, altísimo y feo. Se nos metió en el bolsillo con una gracia de lo más efervescente. No podía defraudar a nadie y no lo hizo.**
- 6- **Iggy Pop. Tercera visita a las Españas de la única maravilla de Detroit. Con la misma fuerza que poseía a los 18 años, nos perforó las orejas con su punkitud de siempre.**
- 7- **Chuck Berry / Johnny Guitar Watson. Roncanrol forever! EL abuelito del rock nos visitó y además sin muletas. Todo el mundo coreó aquello de “go, go, go” y se fue a dormir con un poco más de rock en el corazón.**
- 8- **Uriah Heep. Para convencer a los descreídos, el heavy metal atacó una vez más y sin contemplaciones. Un tanto fuera de onda, estos chicos de melenas largas y colmillos afilados se encargaron de todo.**
- 9- **Santana /Larry Coryel/ Diego Cortés. Tres guitarras de lujo en uno de los conciertos más virtuosos que se recuerdan por estos parajes. Dicen que nunca se habían visto tantas bocas abiertas.**
- 10- **Lou Reed. El fantasma de Manhattan volvió a impresionar a los barceloneses, con tres horas de su arte especial. Rock and roll fabricado con la energía y pureza del kung-fu de las artes marciales. En Madrid, las cosas fueron más por el lado salvaje... Uhhhh!**
- 11- **Joan Baez: “Lo de siempre, ni más ni menos. Esta protestona señora se encontró a las mil maravillas entre un público fervoroso que en su mayoría, no comulgaba con el rock. Pues eso”**
- 12- **Bob Marley /Average White Band. Ningún torero había atraído tanto público en la plaza de toros que actuó Marley. Todas sus canciones sonaron perfectas. El reggae llegó de Jamaica... ¡Y a qué velocidad!**

- 13- **The Police / Dr. Feelgood /XTC**. **Lo que se dice un super concierto**. La marcha de los Feelgood para abrir el apetito. El ritmo pop de los increíbles XTC, Y el gran espectáculo de los nuevos faraones del rock, los Police.
- 14- **Ramones**. Los terribles hermanitos del pop a todo trapo descargaron en tres ciudades españolas haciendo las delicias de sus fans y varios miles de espectadores marchosos. **Un triunfo total del rock de alto voltaje**.
- 15- **Peter Gabriel / Simple Minds**. **El antiguo cerebro de Génesis dio un espectáculo impecable para un público de seguidores incondicionales de su obra**. Los Simple Minds, un interesante grupo de nuevo pop electrónico, actuaron de invitados muy especiales. **Una velada perfecta**
- 16- **Mike Oldfield**. **Bucólico, lírico y grandioso**. Mike Oldfield presentó su nuevo show también en tres ciudades de nuestro país. Sus seguidores pudieron disfrutar de esa **música tan personal e intransferible, tan sofisticada y planante (denominación para música que evoca la grandiosidad cósmica)**.
- 17- **Specials / Urge/ The Boys**. **Un paquete de lo más variado y atractivo** que atrajo a muy poca gente. A pesar de esto, las tres bandas dieron todo lo que pudieron y hasta consiguieron que el escaso público se divirtiera. **Los Specials encima de un escenario son algo que ha de verse, por lo menos**.
- 18- **Tangerine Dream**. Un concierto algo pasado de moda que tuvo una audiencia muy específica: **mentes dispuestas a viajar con la máquina voladora de los Tangerine Dream**
- 19- **Weather Report**. El jazzístico Parte Meteorológico **estuvo perfecto, marchoso y hasta grandioso**. El público disfrutó a tope con su **música estimulante e imaginativa**.

#### 4.1.3.2 Exclusión y sesgo de género en textos e imágenes en Vibraciones

Los resultados de la exclusión correspondientes a la revista Vibraciones, al igual que en Rolling Stone y NME, corroboran que la discriminación de género redundaba en la invisibilización y exclusión de la obra de la mujer en la prensa musical española.

Como hemos descrito anteriormente, para llevar a término esta demostración, hemos catalogado y medido todas las informaciones segregando los contenidos e imágenes protagonizados por mujeres, así como los estereotipos que dichos contenidos transmiten.

Iniciamos la exposición recordando que en primer lugar hemos establecido un baremo de palabras por página tomando como referencia un muestreo de tres páginas diferentes de la revista Vibraciones (Tabla 36).

	# Columnas	Muestra	Palabras por columna	Promedio Palabras / columna	Promedio palabras por página entera texto	Líneas	Promedio # líneas
<b>Vibraciones</b>	4	Ene'80 - p.14	387	383	1.533	73	73
		Feb'80 - p.14	349			72	
		Jun'80 - p.46	414			75	
	3	May'80 - p.58	480	501	1.503	75	76
		Oct'80 - p.42	497			76	
		Ene'80 - p.38	526			77	
	2	Dic'80 - p.35	771	771	1.542	76	73
		Sep'80 - p.4	790			69	
		Nov'80 - p.33	752			75	

Tabla 36: Páginas contabilizadas para establecer la media total de líneas/ página. Vibraciones 1980

A continuación, presentamos las equivalencias de palabras/ línea en una página entera de la publicación segregándolas por columnas (Tabla 37).

	Columnas por página	Palabras por columna	Palabras por página entera
<b>Vibraciones</b>	4	383	1.533
	3	501	1.503
	2	771	1.542

Tabla 37: Cómputo de palabras totales por página de Vibraciones según número columnas

Reseñamos que para obtener el número de palabras en una página entera de texto, multiplicamos el número de palabras por columna por el número de columnas con el resultado de (Tabla 38):

- 1 página de 4 columnas contiene 1.533 palabras
- 1 página de 3 contiene 1.503 palabras
- 1 página de 2 contiene 1.542 palabras

	Columnas por página	Líneas	Palabras por columna	Palabras por Línea
<b>Vibraciones</b>	4	73	383	5
	3	76	501	7
	2	73	771	11

Tabla 38: Cómputo de palabras totales por página de Vibraciones según número columnas



La multiplicación resultante del **número de palabras en una columna por el número de columnas de una página entera de texto** infiere que en Vibraciones se han publicado un total de **360.074 palabras** relacionadas con géneros musicales, de la cuales únicamente **34.870** hacen referencia a mujeres, reflejando una exigua presencia del **9'7%** (Tabla 39).

Editora	Palabras totales PUBLICACIÓN	Palabras sobre mujeres	% TOTAL
Vibraciones	360.074	34.870	9,7%

Tabla 39: Presencia mujeres en palabras de texto en Vibraciones 1980

Además de palabras, hemos contabilizado las imágenes, y para dicho cómputo hemos segregado las imágenes por género y hemos aplicado la convención del área relativa a la superficie que ocupan las de mujeres.

El resultado es que, de las **693 imágenes publicadas, solamente 82 corresponden a mujeres, la representación es del 12%** (Tabla 40).

Editora	Fotos Total	Fotos mujer	% Total
Vibraciones	693	82	12%

Tabla 40: Presencia mujeres en número de fotografías en Vibraciones 1980

A continuación, ofrecemos los datos segregados por las diferentes categorías de análisis preestablecidas:

- 1- Género periodístico
- 2- Estereotipo del texto
- 3- Imágenes y tamaño
- 4- Estereotipo de las imágenes
- 5- Subtítulo de la fotografía.

## 1- PRESENCIA DE MUJERES POR GÉNERO PERIODÍSTICO

Los resultados segregados por género periodístico otorgan a la **entrevista** (27.7%) la mayor atención informativa por tener una mayor extensión y automáticamente otorgando el mayor número de líneas a la mujer en la revista Vibraciones. El segundo porcentaje en importancia es la sección de **noticias de actualidad** (25.3%) protagonizadas por mujeres, un cajón de sastre donde se amalgaman breves retales informativos y dónde se identifican la mayoría de los estereotipos que analizaremos con perspectiva de género. es el género periodístico que copa

En tercer lugar, el **reportaje** (22.1%) y la **crítica discográfica** (21.4%) son los dos géneros donde la mujer obtiene más presencia sugiriendo que son las plataformas promocionales que median con la industria discográfica a la que deben pleitesía (Tabla 41, Ilustración 81).

Editora	Género Periodístico	Total	%
VIBRACIONES	Reportaje	7.707	22,10%
	Entrevista	9.653	27,68%
	Crítica discográfica	7.472	21,43%
	Crítica conciertos	399	1,14%
	Novedades discos	331	0,95%
	Noticias conciertos	470	1,35%
	Noticias actualidad	8.836	25,34%
	<b>Total</b>	<b>34.870</b>	<b>100,00%</b>

Tabla 41: Presencia de mujeres en contenidos de Vibraciones 1980 segregados por Género Periodístico

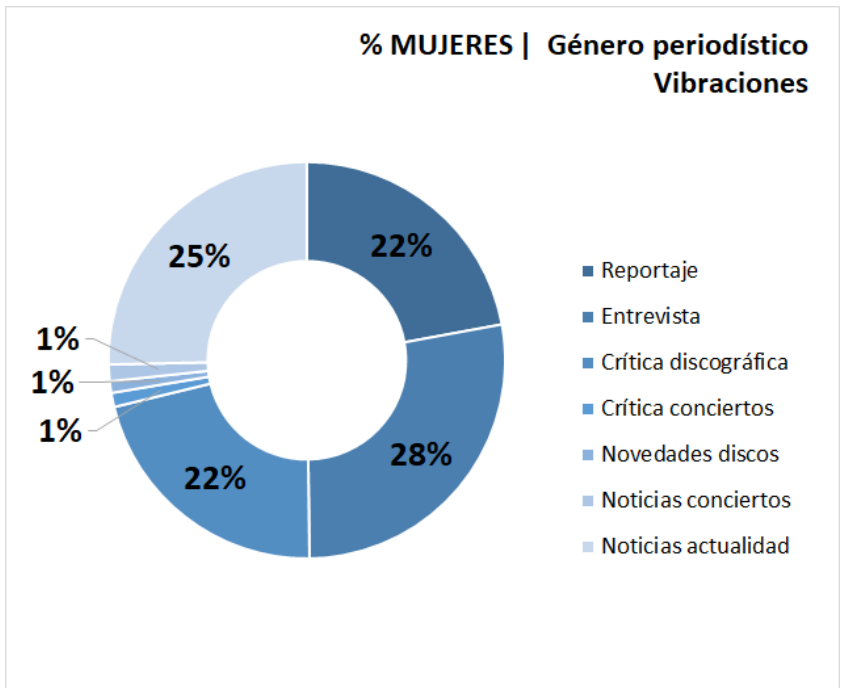
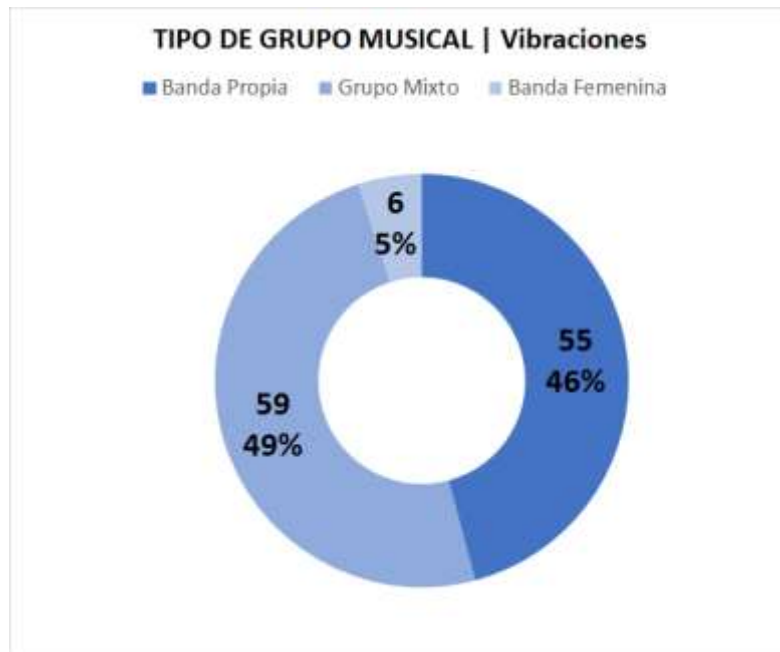


Ilustración 81: Presencia de mujeres en la revista Vibraciones segregados por Género Periodístico

En la variable del **Tipo de Grupo**, se ha contabilizado la presencia de la mujer cuando **aparece liderando su banda, o formando parte de grupos mixtos**, concluyendo que en ambos casos han obtenido una visibilidad parecida **46% y 49% respectivamente**. Las bandas de **intérpretes femeninas** solamente representan **un 5%** de los contenidos, factor que reafirma la falta de apoyo a los grupos existentes (Tabla 42, Ilustración 82)

		Editora
TIPO DE GRUPO	Vibraciones	
Banda Propia	46%	
Grupo Mixto	49%	
Banda Femenina	5%	

Tabla 42: Tipo Grupo musical porcentajes en Vibraciones 1980



*Ilustración 82: Tipología de Grupos musicales porcentajes y valores absolutos en Vibraciones 1980*

## 2- RESULTADOS SEGMENTADOS por ESTEREOTIPO DE TEXTO

La mujer como artista es definida más por su género que por su música, efecto que se amplifica en la forma que los medios la representan y constituyen una de las principales manifestaciones del sexismo y androcentrismo. El estereotipo del texto más común utilizado por Vibraciones (Tabla 43, Ilustración 83) es el **atributo físico** representado masivamente en un 71% de las informaciones, seguido de los estereotipos que ahondan en aspectos de su **vida privada** (12%) y de mujer **objeto** (9%).

		Editora
ESTEREOTIPO TEXTO		Vibraciones
Atributo físico		71%
Vida privada		12%
Vida pública		5%
Mujer objeto		9%
Mujer vicaria		3%

Tabla 43: Estereotipos en textos en Vibraciones 1980

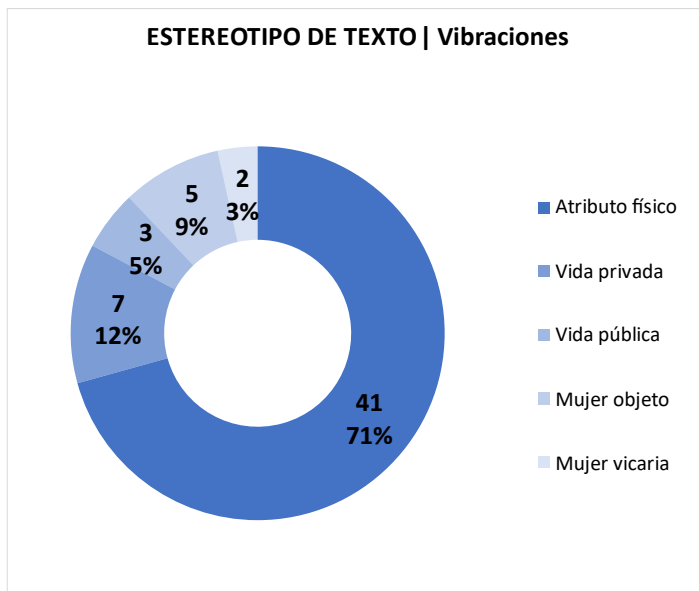


Ilustración 83: Porcentajes y valores absolutos de Estereotipos en Textos en Vibraciones 1980

### 3- RESULTADOS SEGREGADOS por TAMAÑO de las FOTOGRAFÍAS

La fotografía es un elemento que contribuye a la representación de una realidad y, que en el caso de las publicaciones musicales que nos ocupan, exhibe una mirada androcéntrica legitimadora que invisibiliza la obra de la mujer y su agencia.

En los 12 ejemplares analizados hemos contabilizado **693 imágenes, de las cuales 84 corresponden a mujeres, la representación es del 12%**. Como hemos señalado en el análisis de contenido de las revistas R.S y NME, **el tamaño de las fotografías es uno de los parámetros valorados en las construcciones de género.**

Los tamaños de cada fotografía (Ilustración 84) se han otorgado conforme el cálculo del área de la superficie de la página (463cm<sup>2</sup>) resultado de la multiplicación de longitud y anchura (25x 18'5cm) y otorgándole tres tamaños para su sistematización:

- **Grande** si su área es mayor que ¼ parte del área total de la página,
- **Mediana** si su área es mayor de 1/10 parte del área total, y menor de ¼ parte del área total, y
- **Pequeña** si su área es menor o igual que 1/10 parte del área total de la página.

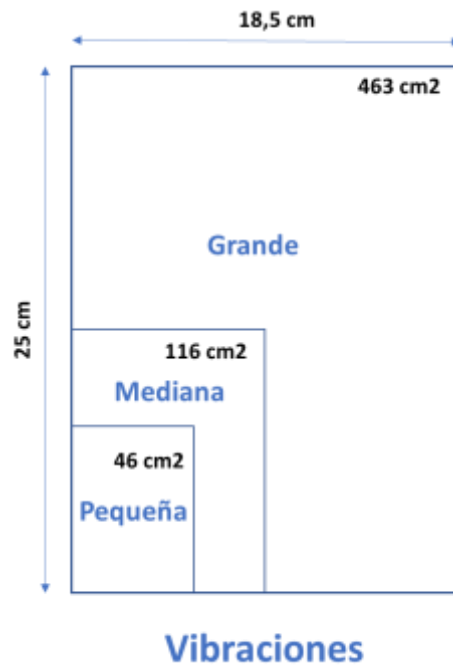


Ilustración 84: Superficie página  
Vibraciones y tamaño fotografías

Observamos que la mayoría de las fotografías publicadas sobre mujeres son **grandes (54%)**, un **26% pequeñas** y un **20% son medianas** (Tabla 44, ilustración 85).

	Editora	
Foto tamaño	Vibraciones	
Grande	45	53,6%
Mediana	17	20,2%
Pequeña	22	26,2%
Total	84	100,0%

Tabla 44: Porcentajes tamaño de  
Fotografías de mujeres en Vibraciones

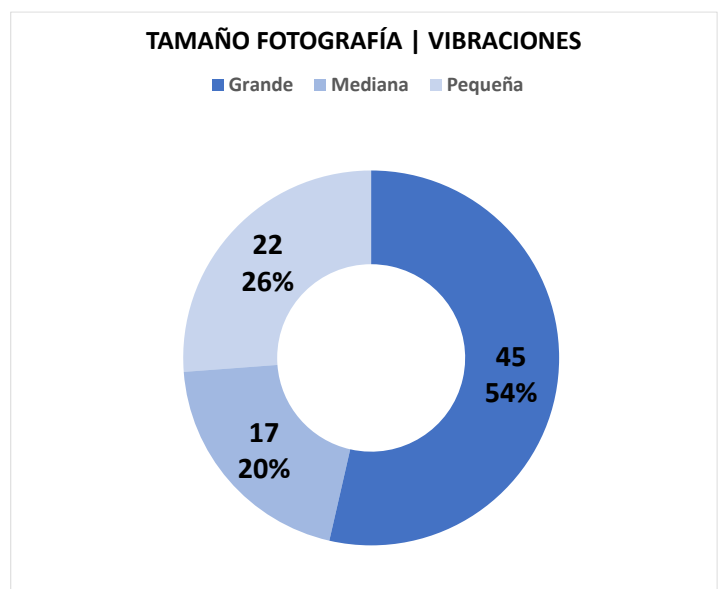


Ilustración 85: Porcentajes y valores absolutos tamaño de  
Fotografías de mujeres en Vibraciones

Hemos comprobado (Tabla 45) que en Vibraciones prima una representación de la mujer en las fotografías de forma **individual** (51%) enfatizando el concepto de mostrar cuerpos por encima de las de **grupo** (30%), y limitando su visibilidad en las **carátulas de discos** (19%). Dado que la carátula es el elemento promocional con el que lectoras/es identificarán a las/los artistas, resulta lógico que su volumen se equipare a la cobertura mediática que la prensa musical hace de su discografía alcanzando, como ya hemos visto, en el caso de la mujer, un 20.9%.

		Editora
Tipo foto	Vibraciones	
Individual	51,2%	
Grupo	29,8%	
Carátula	19,0%	
Total	100,0%	

Tabla 45: Presencia de mujer en fotografías segmentado por Tipo de Foto en Vibraciones 1980

#### 4- RESULTADOS SEGREGADOS POR ESTEREOTIPO de las IMÁGENES y SUBTITULADOS

En los 12 ejemplares de Vibraciones publicados en 1980 se ha contabilizado 693 imágenes, las correspondientes a mujeres equivalen al **12%** (Ilustración 86). De este 12%, un **51%** (Ilustración 87), muestran a la mujer activa mientras que el otro **49%** representan fotografías estereotipadas.



Ilustración 86 : Género en las fotografías de Vibraciones 1980



Ilustración 87 : Porcentaje fotos mujer activa en Vibraciones 1980

El estereotipo fotográfico más común en la revista Vibraciones es de la mujer **pasiva** (19%) y **cosificada** (14%), pero un 11% de las imágenes nos ocultan su identidad mostrándola con los **ojos cerrados** (Tabla 46, Ilustración 88).



ESTEREOTIPO FOTO	Vibraciones	
Aspecto vida privada	1	1%
Cosificada	12	14%
Fragmentada	3	4%
ojos cerrados	9	11%
Pasiva	16	19%
Activa	43	51%
Total	84	100%

Tabla 46: Estereotipos Mujeres en Fotografías de Vibraciones

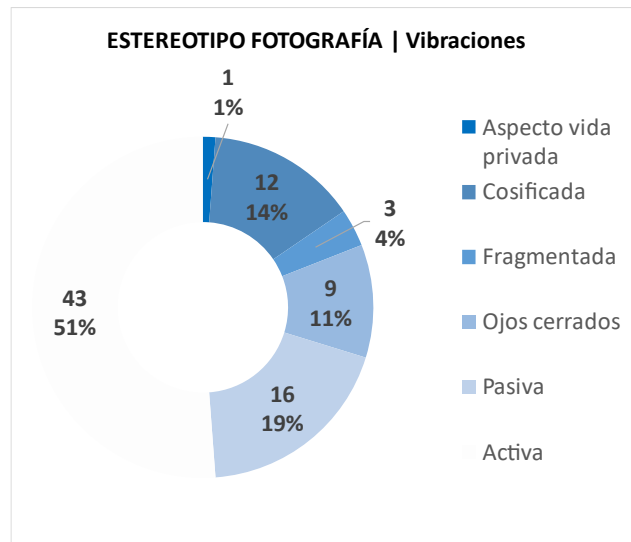


Ilustración 88: Estereotipos Mujeres en Fotografías de Vibraciones

Por último, hemos calibrado el factor de la invisibilidad de la mujer en base a la comprobación de si las imágenes eluden subtítular las fotografías identificándolas con nombre propio y como personas. Esta variable arroja un 54% de imágenes no subtituladas (Tabla 47).

Editora	Subtítulo	
	Si	No
<b>Vibraciones</b>	<b>46%</b>	<b>54%</b>

Tabla 47: Subtitulación fotografías en Vibraciones

Hemos identificado hasta 94 estereotipos de género en imágenes y textos contabilizando titulares, subtítulos y pies de foto (Tabla 48). El sexismo lingüístico es la constatación de cómo los medios erradican de manera encubierta a la mujer del discurso público con giros y metáforas sobre su aspecto y con imágenes de pasividad. Dicho análisis se realizará sobre la base de 30 estereotipos.

Vibraciones		1980												Total
		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	
Estereotipo Texto	Mujer vicaria			1			1	1						3
	Aspecto físico	1	2	3	1	8	3	5	6	2	1	5	3	40
	Mujer objeto		1	1				1		1	1			5
	Aspecto vida privada	1	1	1		1			1	1		1		7
	Aspecto vida pública				1	1			1					3
	<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>58</b>
Estereotipo Foto	Pasiva		2		1		1	2		3	1		2	12
	Cosificada		1	2	2	1	1	1	1			1	1	11
	Aspecto vida privada					1								1
	Fragmentada	1			1							1		3
	ojos cerrados		1	2		1	1		1			1	2	9
	<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>36</b>
													<b>94</b>	

Tabla 48: Localización y cómputo final de estereotipos de texto e imágenes en Vibraciones 1980

## 4.2. Resultado del análisis de estereotipos en textos e imágenes de los géneros periodísticos con perspectiva de género.


### 4.2.1. Rolling Stone

Una vez finalizado el análisis de estereotipos en titulares e imágenes, a continuación, y con el objetivo de justificar y comprobar la falta de sensibilidad de la prensa musical, nos decantamos por un análisis de contenido cualitativo. Esta observación nos ha permitido revisar de forma pormenorizada una representación estereotipada del género, no solo en las imágenes o portadas de cada revista, sino en los textos, y ejemplificar los distintos modelos de tratamiento que pueden recibir las mujeres en las revistas.

En la elección de los 18 estereotipos (Ilustración 49) se ha optado por aquellos textos (13) e imágenes (5) que nos permitan ilustrar y profundizar en dichos sesgos facultándonos, siempre que ha sido posible, aproximarnos a las fuentes originales y poder contextualizar los hallazgos. Cada ejemplo está ilustrado con una reproducción de la portada del ejemplar donde se encuentra junto su autoría, título, género periodístico, número de palabras y fotografías. Cada pieza se analiza por orden cronológico.

Rolling Stone		1980											Total	
		24/01	21/02	20/03	03/04	15/05	26/06	24/07	21/08	04/09	16/10	13/11		11/12
Estereotipo Texto	Mujer vicaria				1		1					1		3
	Aspecto físico	2				1	2						2	7
	Mujer objeto							1			1			2
	Aspecto vida privada										1			1
	Aspecto vida pública													
Estereotipo Foto	Pasiva												1	1
	Cosificada	1												1
	Aspecto vida privada				1									1
	Fragmentada											1		1
	ojos cerrados										1			1
													<b>18</b>	

Tabla 49: Estereotipos analizados en Rolling Stone 1980


 <p>24 enero 1980 Pág. 18</p>	Autor:	Stephen Holden
	Título:	"Angela Bofill, a hard way to easy Street"
	Nombre propio:	Angela Bofill
	Género:	Entrevista
	Palabras:	1.149
	Fotografía:	1 individual, grande (14x18), pasiva, sin subtítulo.
	Estereotipo texto:	Aspecto físico

El periodista Stephen Holden escoge un estereotipo físico para describir con detalle la altura y aspecto de la cantante Angela Bofill comparándola con un objeto escultórico:

**"Tall (five feet nine), with a pre-Raphaelite pour that tends to break into a girlish grin..."**

Se trata de una adjetivación discriminatoria de género que se considera asimétrica en el hombre y resulta en un estereotipo de aspecto físico. Esta práctica sexista aparentemente trivial, ahonda en la invisibilización de la mujer tratándola como un objeto y no como sujeto.

Mills (2008), en el prefacio de su libro *Language and Sexism*, reconoce que: "overt sexism is clear and unambiguous, while indirect sexism can only be understood contextually in relation to the interpretation of surrounding utterances. Indirect sexism is extremely common and we therefore need ways to challenge and analyse its usage in language". (2008, p.1)

 <p>24 enero 1980 Pág. 66</p>	Autor:	Greil Marcus
	Título:	no
	Nombre propio:	Marianne Faithfull
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	878
	Fotografía:	1 individual pequeña pasiva (4x4'5), subtitulada
	Estereotipo texto:	Aspecto físico

Greil Marcus, una las firmas autorizadas y respetadas de la revista, es el autor de la crítica reseñando el nuevo disco de la cantante, actriz y compositora británica Marianne Faithfull recurriendo a estereotipos sobre su vida privada.

**"...she also had eyes so innocent that no man could resist their suggestion of unearthly possibilities of lust...", "... Had a miscarriage... and attempt of suicide, attempts of heroin...", "But that face was always a paradox, the face of the virgin who knows every means to seduction."**

*Broken English*, octavo LP de su carrera, alcanzó la posición número 57 en los charts del Reino Unido y llegó al 82 en Estados Unidos convirtiéndose en disco de platino en Canadá y Australia, y en disco de oro en Francia (ventas de 100 mil discos). Para obtener pruebas gráficas de la representación de género, y el sesgo en el que incurre el periodista, hemos recobrado una copia de la portada y contraportada del álbum de Marianne Faithfull, verificando que los calificativos de Marcus sobre su condición sexual y personal carecen de sentido.


En la fotografía de la portada y contraportada de su disco (Ilustraciones 89, 90) es indistinguible su mirada que él califica de lujuriosa. Lejos de referirse a sus logros, prefiere atribuirle un poder sobrenatural al que ningún hombre puede resistirse y desvelar, de esta forma, aspectos íntimos que podrían sugerir que habiendo sido una de las parejas de Mick Jagger (Rolling Stones) escogió una vida que la condujo a los infiernos.



Ilustración 89: Portada album *Broken English* de Marianne Faithfull.



Ilustración 90: Contraportada *Broken English*, Marianne Faithfull

 <p>3 abril 1980 Pág.10</p>	Autora:	Annie Leibovitz
	Título:	"More than just a look"
	Nombre propio:	Linda Ronstadt
	Género:	Entrevista
	Palabras:	323
	Fotografía:	Grande (24'5x31)
	Estereotipo foto:	Aspecto vida privada


El estereotipo analizado corresponde a una intromisión en la vida privada de la artista, y multipremiada cantante norteamericana, Linda Ronstadt (Ilustración 91) quien es escudriñada por la cámara de Annie Leibovitz, autora no sólo de la portada, sino de las fotos interiores que ilustran el reportaje interior.



Ilustración 91: Linda Ronstadt. R.S Abril 1980.

Se trata de un material, y técnica expresiva y compositiva, organizado según unos géneros que el/la receptor/a deberá descodificar y que Ledo (1998) atribuye a un discurso periodístico moderno basado en la credibilidad: “Esta relación entre lo que se dice y cómo se dice, incluyendo en este segundo factor el con qué se dice, que en el caso de la foto convierte en significativo el pasaje entre narración y representación” (1998, p. 71-72). Escudados en esta credibilidad y confianza en el discurso del reportaje, Leibovitz, hace reconocible un elemento sustantivo y testimonial, la imagen de Ronstadt -en este caso- decidiendo que desde los intereses e ideología de R.S conviene hacer llegar a las masas a modo de efecto-verdad. La propia fotógrafa, Margarita Ledo, reconoce que este tipo de foto-noticia se “utiliza como ilustración editorial” y que “hoy hablaríamos de un antes y un después de Rolling Stones” (1998, p. 76).

A nuestro entender, la connotación realista de esta imagen posee cierto aire de foto-decorativa. “Las figuras de los magazines son ilustradores dispuestos a dar siempre con modos entretenidos de fabricar imágenes y con manuales de estilo que todo lo convierten en curiosidad, en sorprendente, en un abismal “hay que ver, hay que ver...” (Ledo, 1998, p.97). En este contexto se inscriben también los críticos musicales y las jerarquías a las que rinden pleitesía y que se asimilan a varones blancos heterosexuales de una determinada edad (Fenster 2002).

	Autora:	Laura Fissinger
	Título:	“In the heat of the night. Pat Benatar”
	Nombre propio:	Pat Benatar
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	323
	Fotografía:	carátula, pequeña (4x9), cosificada
	Estereotipo texto:	Mujer vicaria
3 abril 1980 Pág. 64		

La periodista Laura Fissinger ha escogido el estereotipo de mujer vicaria en la crítica discográfica del nuevo disco de cantante, compositora y actriz norteamericana Pat Benatar relatando una historia que, según ella, es tan caduca que apenas tiene justificación.


**“This story’s so ancient it barely has the strength to be told. When those that ain’t got finally get, they start pulling the same tricks as those that already have. It’s true that aspiring women rockers are less relegated now to the stereotyped roles of concubine on display, castrating bitch, tortured victim, or sugar-and-spice songbird. Instead, we get albums like P.B. *“In the heat of the night”* on which the lady recycles the gent’s wretched excesses.... The problem isn’t so much the machismo as the lack of tempering humor that allows the machismo to tattle on itself. Benatar’s debut LP parades the worst tendencies of her heroes, flexing and strutting and snarling and swaggering. So, what if girls can be just as obnoxious as boys?”.**

En su presentación podría parecer que está haciendo un alegato feminista visibilizando que una actitud propia de la mujer discriminada sexualmente es la de adoptar tendencias masculinas para sobrevivir. Su crítica, en realidad, otorga que las mujeres en el mundo del rock ya no suscriben los estereotipos que los hombres han creado para ellas, y la mujer -en el caso de Pat Benatar- también puede reciclar estos estereotipos para hacer música y desperdiciar la oportunidad de criticar constructivamente.

Fissinger responsabiliza a Benatar de repetir en sus letras los juicios de valor de las relaciones sexo afectivas, el esquema que el hombre ejecuta hacia la mujer, asimilando lo que recibe de ellos y además dedicándoles un LP. Fissinger, en este caso, otorga el papel central al agresor y culpabiliza a la víctima.

La violencia sexual hacia las mujeres toma forma, en muchos casos, sin testigos. Cuando una mujer denuncia acoso sufre unas consecuencias que acaban discriminándola, por el contrario el efecto en el acosador suele ser leve y raramente tiene implicaciones graves, y lo más importante, su reputación queda a salvo gracias a la acción del patriarcado que protege la carrera de quienes traspasan los límites del acoso. Proponemos reescribir textos, substituyendo el sexo del referente y manteniendo las imágenes de la comparación desarmando el “efecto cognitivo de este tipo de imágenes” (Bengoechea, 2015).



	Autor:	Frank Rose
	Título:	"Patti Labelle restrains herself"
	Nombre propio:	Patti Labelle
	Género:	Entrevista
	Palabras:	202
	Fotografía:	1 individual, pequeña, cosificada (4x9)
	Estereotipo texto:	Aspecto físico
15 mayo 1980 Pág. 19		

El periodista Frank Rose entrevista a la empresaria, cantante, compositora y actriz Patti Labelle (Ilustración 92) y su título ya sugiere algo defectivo: **"Patti Labelle restrains herself"**. La entrevista consiste en una descripción desconcertante de su aspecto físico donde apela a una cosificación de su cuerpo.

**"Patti Labelle, wild matron of soul...", "... I feel that I have always been a diamond" she confided, fingering the string of pearls that lay across her silk blouse. A silver sash trimmed with white minks' tails rested on her lap. Her purple skirt was slit to the hip to reveal silk stockings from Paris".**


Labelle (Ilustración 93), en el momento de la entrevista, estaban en posesión de 15 álbumes en el mercado de los cuales su éxito mundial *Lady Marmalade* (1974), en plena era disco, vendió 2 millones de discos sólo en Estados Unidos con un estribillo empoderado: **"voulez-vous coucher avec moi"**. Su imagen y su voz portentosa quizás puedan asociarse con esta matrona salvaje, la realidad es que Labelle llegó a convertirse en un icono LGBTQ y una mujer comprometida en la lucha contra el abuso sexual infantil.



Ilustración 92: Patti Labelle, portada del disco *Released* de 1980



Ilustración 93: Labelle con su banda Nona Hendryx y Sarah Dash

 <p>26 junio 1980 Pág. 16</p>	Autor:	James Henke
	Título:	"The Selecter's working-class party"
	Grupo mixto:	The Selecter
	Género:	Entrevista
	Palabras:	1149
	Fotografía:	1 grupo, pasiva, grande (20x13'5)
	Estereotipo texto:	Aspecto físico

El periodista James Henke entrevista al grupo *The Selecter* (1977), banda británica, originales de Coventry (Reino Unido), fueron una de las más populares del revival del género *ska* que mezclaba reggae y punk rock. *The Selecter* lo conformaban 7 hombres y su cantante Pauline Black, que era además actriz y miembro original de la primera formación en 1979. El periodista la invisibiliza ocultando su nombre y se refiere a ella con adjetivos impropios:

**"The Selecter's diminutive, cheeky lead singer".**


Cuando el periodista le pregunta a Black sobre su rol como mujer en un grupo multicultural asevera:

**"Women have not sung the way they felt since the days of the blues. They've been kept in the background. I think they are getting away from that..."**

*The Selecter* (Ilustración 94), como otros grupos británicos de los 80, se enfrentaron a serias controversias racistas y sexistas, el hecho que Black no se sexualizara y fuera "uno de los chicos" propició que su carrera fuera más longeva a pesar del estereotipo físico que le adjudica el periodista excluyendo y desautorizando su liderazgo.



*Ilustración 94: Pauline Black, The Selecter (tercera por la derecha)*

 <p>26 junio 1980 Pág. 76</p>	Autor:	Don Shewey
	Título:	no
	Nombre propio:	Cristina Monet
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	104
	Fotografía:	1 individual, carátula, pequeña (4'5x4'5), cosificada
	Estereotipo texto:	Mujer vicaria

Don Shewey es autor de la crítica discográfica del nuevo álbum de la cantante y escritora norteamericana Cristina Monet, conocida artísticamente con el monónimo Cristina, a quien describe como una mujer vicaria, despreocupada hasta el punto de convertirla en objeto de lujuria:

**“Cristina presents the quintessential party girl: someone's ostentatious girlfriend or the gal in the back room letting everybody have her. A former model and ex-girlfriend of Michael Zilkha (the Z of ZE Records) is more a personality than a singer...”**

Cristina, según Shewey, representa a la chica que quiere disfrutar de la fiesta, una ostentosa novia, pero atención, nos remarca que es una modelo y fue la pareja del fundador de la discográfica independiente estadounidense, ZE Records, una de las grandes *indies* norteamericanas. El periodista juzga subjetivamente que Cristina es más una personalidad que no una profesional, y para ello la estigmatiza recordándole que es simplemente un objeto de consumo: **“the gal in the back room letting everybody have her”**.


¿Qué evidencia habrá obtenido el periodista para otorgar a Cristina esta sexualidad perversa cargada de sexismo? Observamos que la prensa impone mecanismos de control propios de la visión androcéntrica que persiguen mantener la ideología y el *statu quo* del patriarcado, subordinando a Cristina a nivel simbólico, invisibilizándola.

Hemos recuperado la imagen de la portada del disco de debut de Cristina (Ilustración 95) observando que en ella no existen evidencias que se refieran a su estatus marital o a su profesión de modelo, demostrando que lo que importa no es lo que el periodista nos quiere decir, sino el poder que tiene para decidir el uso y el significado de las palabras.



Ilustración 95: Portada álbum de debut Cristina Monet

La desigualdad queda manifiesta dando lugar a cuestionar si la asimetría léxica sería uso común en las redactoras de la publicación.

	Autor:	Stephen Holden
	Título:	"Aretha's hard road back"
	Nombre propio:	Aretha Franklin
	Género:	Crítica conciertos
	Palabras:	485
	Fotografía:	1 individual pequeña (4x9), cosificada
	Estereotipo texto:	Aspecto físico
26 junio 1980 Pág. 92		

El periodista Stephen Holden concurre en un estereotipo de género en su descripción física de la cantante, compositora, actriz, pianista y activista de los derechos civiles Aretha Franklin (Ilustración 96) en la crítica de su concierto de presentación de "Aretha" su álbum número 26:

**"Franklin's put-on weight, and her incredible voice was in less than top shape; several times she was caught breathless..."**.

El estereotipo discriminatorio que estigmatiza a personas víctimas de una dependencia, de falta de aceptación, con un determinado peso y talla hoy se conoce como “*sizeism*” o “*size discrimination*”. Shaw and Lee (2015), relacionan “*sizeism*” con la construcción ideal del cuerpo normativo. El ejercicio de la crítica y la emisión de juicios basados en los atributos físicos es el “*body shaming*”, una forma de sexismo que Billie Eilish (Ilustración 97), una de las artistas actuales más relevantes en la industria musical, ha criticado duramente: “Though you've never seen my body, you still judge it”.

“Would you like me to be smaller? Weaker? Softer? Taller? Would you like me to be quiet? Do my shoulders provoke you? Does my chest? Am I my stomach? My hips? The body I was born with, is it not what you wanted?” (...). ““If I wear more, if I wear less, who decides what that makes me? What that means? Is my value based only on your perception? Or is your opinion of me not my responsibility?” (Billie Eilish. “Where do we go” tour. Miami, March 10, 2020).


Este discurso contra la cosificación que afecta a la mujer trasciende el tiempo y hoy, en 2020, sigue reflejándose en los medios. En las imágenes hemos actualizado las dos épocas; Franklin en 1980 -cuando la crítica sobre su falta de respiración y su peso fue emitida por Stephen Holden en R.S- y la de Billie Eilish, en la foto con el premio *International Female Solo Artist* en los Brit Awards 2020 siendo la mujer más joven en obtener este galardón en el Reino Unido.



Ilustración 96 : Aretha Franklin. Foto promocional



Ilustración 97 : Billie Eilish. Brit Awards 2020

 <p>24 julio 1980 Pág. 26</p>	Autor:	Greil Marcus
	Título:	Bangs on Blondie and the human race
	Grupo mixto:	Blondie
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	999
	Fotografía:	1 individual pequeña (4x9), cosificada
	Estereotipo texto:	Mujer objeto

Destacamos a continuación una crítica del periodista Greil Marcus (Ilustración 98) referente a la publicación del último libro del periodista musical Lester Bangs dedicado al grupo neoyorquino Blondie con Debbie Harry al frente<sup>97</sup>.

Bangs, que destacó como autor del llamado “periodismo Gonzo”<sup>98</sup> cultivado por la revista Rolling Stone, representó fielmente el paradigma del crítico con estatus de estrella de rock. Su vanidad fue recompensada con la notoriedad alcanzada en la comedia dramática de género musical “*Almost Famous*” (2000) donde el actor Philip Seymour Hoffman interpreta a Bangs en el rol de asesor a un joven periodista que viaja con una banda a través de Estados Unidos.

<sup>97</sup> Link para lectura del artículo: <https://greilmarcus.net/2014/08/13/undercover-bangs-on-blondie-and-the-human-race-072480/>

<sup>98</sup> Los antecedentes del periodismo Gonzo se pueden rastrear hasta el subgénero del nuevo periodismo, estilo de vanguardia en la época, que privilegiaba la visión subjetiva y una narración más literaria y con influencia de autores del movimiento Beat como Jack Kerouac y especialmente Hunter S. Thompson. El estilo privilegiaba el abordaje directo del objeto (la noticia), llegando hasta el punto de influir en ella, y convirtiendo al periodista en parte importante de la historia, como un actor más y que cultivarían entre otros, autores como Lester Bangs.

# Bangs on Blondie and the human race

By Greil Marcus

ONCE THE WORLD was a simpler place: Calvin Coolidge was president, Bob Dylan was a Jew, and the illustrated fan-bio could be dismissed. Then Dave Marsh appeared with *Born to Run: The Birth of Springsteen* and, despite the obligatory inclusion of countless random photos, produced a serious book. Now my old friend Lester Bangs has broken the last rule of the genre. His *Blondie* (Deborah Simon and Schuster, 96 pp, elegantly illustrated in color and black and white, \$0.95 paperback) is not even very nice to its subject.

Given that Bangs was merely a hired hand on a project crooked up by a book publisher, it's amazing what he was able to get away with. He isn't unfriendly; he doesn't lose cheap shots. With his usual multileveled clarity, Bangs traces the preliminary and history of the band, pretty much telling you all you want to know. He profiles Deborah Simon, rock musician; the other members of the band as a group and also, finally, Lester Bangs, producer/Commander Mike Chapman: "Punk rock doesn't exist or it does in England but they're so far behind the rest of the world that it really doesn't matter." Bangs: "Clues that 'kiss, kiss, kiss' (1977). He cracks back at album and recording lack of good stories. He makes considerable mistake ("My Boyfriend's Back" was by the Angels, not the Crybabes) and ends the publisher no doubt holding a gun to his head, with a notably posthumous, future-looks-sright last page. But Bangs also looks for the funnies behind Blondie's enormous success, and finds them in the group's obliteration of emotion.

The thing that makes *Blondie* funny is, as usual, precisely that it's so straight and so little-ventured, such a primly nice piece of material. It's not even what Mr. Bangs Marsh who can't lose embarrasses you these days is a while with it: "The Cop."... Each song is a perfectly constructed conceit to which every single note of instrumentation or of the track conveys not another corresponding piece of information, knowledge, a funny little conceit at the end instead of a picture you get a perfect black. And that black of course is nothing less than Deborah Harry's face.

I need to think a bit of Blondie's case

more things were about emotional imbalances... now I have that's something I can't do with far too much more tonight. They'll change with the times.

What, one might ask, does this have to do with the future of the human race? In a chapter titled (this is a fan-bio, remember) "On the Merits of Sexual Repression," Bangs continues the argument:



The story seems to have no really good characters and what characters there are are essentially what observations you long so feverishly about (especially, I think, about the way they're getting by, what have you, ending up being).

IF THE MAIN REASONS WE LISTEN TO MUSIC IS THE FIRST PLACE IS TO HEAR PASTERN ENGLISH, the art is notational at the time—THERE WHAT GOOD IS THIS MUSIC GOING TO PROVE TO BE? What does it mean to be? What are so confusing contradictions in doing an art that is essentially neutral? What, essentially, what is the point of it? What are we doing to get us out of here?

Irony, Bangs understands, has become the card up the sleeve of contemporary art—or the mick-ry art drugs in the audience's drink. Irony is used to support not only Blondie's music but the group's exploitation of Deborah Harry as international sex symbol, and Bangs takes up that topic once he's finished turning the fan-bio into an anti-post-modernist manifesto. Bangs rightly resurrects an old ad—a picture of Harry graced by the slogan WOULD YOU LIKE TO BUY HER TO SHIRTLESS—and then cuts through to the heart of the problem: irony is dissolved by its use as public dialogue. On a cult LP, Nick Lowe's "Control to the Kids" might have been a nice ironic satire of the sappy pop love song as a Top Forty hit, it was a sappy pop love song and

nothing more, even if you'd already gotten the joke. Making Deborah Harry into a mass sexual fantasy may have been as insipid as the group's satire of marketing as well as marketing at its most effective: the joke now justifies the group. The group may not get it, or think much about those for whom the joke is no joke at all—and if you don't think such kidding with popular culture has brutal consequences, listen to a song called "Blondie on the Fun City House-rockers" new *Have a Good Time* (but Get Out Ahead, Bangs, writing about the TV Gator ads that peddle posters of Cheryl, Suzanne Pleshette and "Blondie").

If the ad was "Deborah Harry" chances are almost nobody would see

it the 5:30 because they don't know who Deborah Harry is. They get along with it, know something about any of those movies... I think that if most girls in America could somehow get their first two hours get (and) and have had to come in to do whatever they wanted with this legendary look for one afternoon, it was 70% of the girls in the country would have been here. She can't be any more all such and maybe on TV but everybody knows that underneath all that fashion posing she's just a piece of meat like all the rest of them.

And that's what all this has to do with the future of the human race. That's one result of Blondie's coldness, Chris Stein's arty smugness, the group's distance not only from its audience but from its own music. It is, Bangs stops just short of saying, all of a piece.

What Lester Bangs has done with his quickie book is altogether remarkable. He hasn't stopped me from being a Blondie fan, or from turning up the volume every time "Call Me" comes on the radio—I doubt that was his intention. Rather, he has broken down the self-exculpation strategies Blondie uses to deny the regressive and conventional meanings of its music. By so doing, he's made the group count—and made it clear just why listening to a simple song is not a simple matter.

Ilustración 98: Bangs on Blondie. R.S, Issue 330, 24 Julio 1980 (p.26).

En la crítica de Greil Marcus advertimos que reproduce un fragmento del libro de Bangs donde habla de la mujer como artefacto, como anzuelo, justificando el discurso hegemónico patriarcal y el uso de la violencia física a la que el periodista parece dar carta blanca:



**"I think that if most guys on America could somehow get their fave-rave poster girl in bed and have a total license to do whatever they wanted with this legendary body for one afternoon, at least 75% of the guys of the country would elect to beat her up. She might be up there all high and mighty on TV, but everybody knows that underneath all that fashion plating she's just a piece of meat like all the rest of them" ... (Bangs, 1980, p. 85).**

Si nos ceñimos a la época de publicación de este libro, podemos intuir que imágenes como la que ofrece Debbie Harry apela a unos arquetipos de mujer liberada que detenta poder, pero no es apta para la competición, por lo cual Bangs opta por estigmatizarla:

**"Everybody knows that underneath all that fashion plating she's just a piece of meat like all the rest of them".**

El cuerpo de esta mujer que encarna el mal, la hipersexualización, la provocación, es un cuerpo que pide ser golpeada.

"That a powerful woman brings out a desire on men to conquer her -if not to actually beat her into submission, then to bring her under his sway in some other way- is hardly a novel idea. Bangs knew his audience well enough to know they wouldn't find the idea of beating up Deborah Harry shocking" (Cline, 1987, p.372).

La cita de Sheryl Cline, publicada en 1987 en la revista *Bitch*, ofreciendo su punto de vista sobre el libro de Bangs, era parte de un artículo sobre la misoginia implícita en tantas de las letras del pop, y del heavy metal en particular. Cline sugiere que 12 años antes que Blondie, Janis Joplin, otra mujer rebelde, desató similares reacciones en los escritores de la época y arguye que en el machismo del rock el hombre poderoso se supone que debe inspirar a la mujer el deseo al sometimiento y a ser conquistadas. En su lectura añade:

"But I would bet that if a women rock fans were given the chance to spend the afternoon doing whatever they wanted with a legendary body of their choice, at least some of them would consider carrying out some kind of physical mayhem on him (1987, p.373).

En marzo de 2014, Deborah Harry fue entrevistada con motivo de los 40 años de la formación de la banda Blondie y respondió ante la prensa que el incidente traumático de la crítica de Bangs le conminó a dejar de leer ciertas opiniones y no dejarse influenciar: “You know, I have to say, I got smart” (...) “It’s a matter of opinion. There’s no accounting for taste, so f\*\*k ’em! Poor Lester was so confused. He was definitely part of the male conspiracy”<sup>99</sup>.

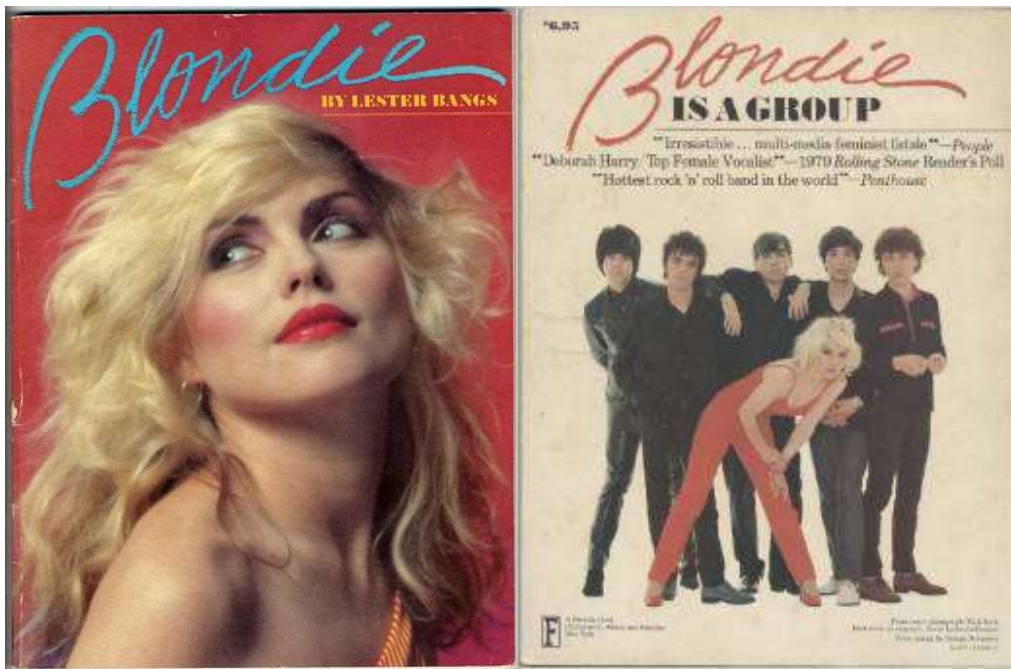


Ilustración 99: Blondie, portada y contraportada libro de Lester Bangs.

Retomando la crítica de Greil Marcus publicada en Rolling Stone, hemos acudido a la fuente original, es decir, al libro de Bangs (Ilustración 99), para comprobar el contexto dónde se inscribe dicho párrafo. Se localiza en el antepenúltimo capítulo: “Pinups” y en él, Bangs baraja la idea que nadie compraría un póster con el nombre de Deborah Harry en *TVGuide* porque nadie conoce su verdadero nombre. Ella está asociada a Blondie, su personaje es Blondie.

<sup>99</sup> Eccleston, D. (2014, March 20). Blondie: Success and Sexism. Mojo. Retrieved: May 4, 2020 from: <https://www.mojo4music.com/articles/12874/blondie-success-sexism>

“In TVGuide there’s a regular ad where you can send in some money for one of those huge pinups of America’s Golden Girls: The Angels, Cheryl, Wonder Woman, Suzanne Somers, Adrienne Barbeau - and Blondie! There’s only one hitch. It doesn’t say “Deborah Harry” in the ad. It says “Blondie” ... If it said “Deborah Harry”, chances are that almost anybody would send in the \$2’50, because they don’t know who Debbie Harry is. They just don’t want to know anything about any of these women. For all of them, Deborah Harry does not exist. Which come to think of it is probably in her favor. ... What Debbie may not realize is that she’d end up getting hated anyway, just being a poster girl”. (Bangs, 1980, p. 85).

Bangs retoma su fantasía observando a Deborah Harry como un trozo de carne y asegura que esto no debe enojarla ni tomarlo personalmente. “Is not her they’re enraged at: it’s The Image (and, of course, themselves). Y lo justifica con: “Any image will do; they’re all interchangeable”.

En el siguiente capítulo del libro “Blondie”, Bangs introduce la noción de sex-symbol encarnada por una *rock-star* como ella y extracta diversas citas de entrevistas a Deborah Harry en diferentes medios de comunicación:

- *Nashville Tennessean* (Nov 19, 1978): “It’s flattering to be regarded as a sex object. The most recognizable and easiest thing to sell is sex. I’m not the first or the last to say it or to do it.” (Bangs, 1985, p. 88).
- *New Musical Express* (Nov 1979): “What annoys me is that over here, they try to put girls in one of two categories. Either you are a sweet clean-cut girl or a real nasty bitch. And I know which they’ve figured me out to be...” (Bangs, 1985, p. 88).

En la última página del libro, página 91, Bangs acude a Chris Stein, pareja de Debbie Harry, y le recrimina la hipocresía de la banda en utilizar el anzuelo sexual de Deborah para vender discos. Stein niega esta afirmación:

Chris Stein: I think Debbie is victim of a reverse sexism, where because she’s a woman in a man’s world a lot of people don’t like the idea of a girl up there being sexy in front of a lot of men. I think they can accept if from a man in front of women, but it freaks a lot of people out to see a woman in front of men” (Bangs, 1980, p.91)

Para ofrecer una interpretación de esta controvertida crítica de Greil Marcus hemos acudido a la opinión del experto musicólogo especialista en la industria musical y Chair en UCLA Herb Alpert School of Music's, Minor, el profesor Robert Fink<sup>100</sup> con el objetivo de determinar si efectivamente -desde la óptica norteamericana- Greil Marcus, considerado uno de los críticos más respetados del rock, valida la misoginia:

“It is more sociologically shocking that Marcus, who has always been impeccably well-educated and elegant on the page, seems to endorse Bang’s position as a valid, noteworthy critique of postmodernism”.

Fink, concluye:

” Sort of argues that misogyny is even more deeply embedded in “classic” rock criticism than we thought”.

Pero también asegura que este lenguaje es previsible en boca de Lester Bangs:

“In a sense, this kind of brutalism was Bang’s stock in trade: he had a reputation for putting a crude, sexually violent and regressive persona on the critical page” (...) “But not unusual for Bangs, whose work is filled with tributes to rock’n’roll as the primal expression of teenage male lust, and to brutal attacks on any kind of music that doesn’t follow that logic.”

Fink sugiere que Bangs:


“Technically, he was not advocating for the “fact” that scopophilic desire for the perfect female image (the so-called male gaze) has a dark, aggressive edge to it, which might lead to sexualized violence, at least to fantasies of sexual violence. He was just noting it, and then making the point that a band which makes even ironic use of their female lead singer as a “sex symbol” is playing with fire.

En opinión de Fink, la gravedad de esta aseveración es la representación de la misoginia que ya hemos observado en otros ejemplos:

---

<sup>100</sup> Entrevista via correo electrónico, realizada 9 Febrero 2020.

The problem is that he seems, inevitably, to be projecting his own desires onto the page, fantasizing about having a female body under his total control and being able to prove that control by degrading it. I don't think this analysis holds up, either as psychology or sociology -- it seems more like evidence of his own misogyny masquerading as a tough truth about "how guys are." (...) The argument also seems to follow the discredited logic of "she was asking for it," taking it to a grotesque limit where once Debbie Harry turns into "Blondie," she deserves whatever happens to her, no matter that she never consented to anything other than being photographed. So, PRETTY TERRIBLE".

 <p>16 octubre 1980 Pág. 13</p>	Autor:	Steve Pond
	Título:	"Pat Benatar: This year's model"
	Nombre propio:	Pat Benatar
	Género:	Entrevista
	Palabras:	959
	Fotografía:	Annie Leibovitz
	Estereotipo texto:	Mujer objeto

El 16 de octubre de 1980, Steve Pond entrevista a la cantante Pat Benatar quien acapara la preciada portada de la semana tras la venta de un millón de discos. El subtítulo: **"Rock's newest sex symbol cleans up her act"** no deja duda de que es percibida como un objeto. El cuestionario se inicia con una descripción física -peso y talla- que constituye un sexismo lingüístico construyendo una representación típica del pensamiento androcéntrico:

**".. The five foot, ninety-pound singer shakes her new short-and straight hairdo that rims her delicate features..."**

Benatar, a lo largo de la entrevista la interprete justifica con dificultad el hartazgo que supone el complejo y arduo camino a la fama para una joven artista de 27 años opinando que no tiene elección ni control en cómo presentarse a su público. En su caso, la compañía discográfica actúa como *gatekeeper* y ha dispuesto un entramado de marketing para convertirla en mercancía a su expensa y sin su consentimiento.

Pat Benatar: **“The shit the record company puts out is embarrassing” she says. ...I came back from last tour and I found out they’d made a cardboard cutout of me in my little tights. What has that got to do with anything? They also took an ad in Billboard and airbrushed part of my top off... (...) I never pose like that, so they took the cover of the new record, moved the bottom line up a bit and airbrushed it look like I am naked. If that is gonna sell records, then it’s a real sorry thing”. “...The strange thing is, the bigger you get, the less control you really have. So, when something gets really screwed up, you have to pull out the big guns and say “look, cut out or I won’t sing. I’m not ready to be Farrah Fawcett.”**


En la misma entrevista, el periodista justifica que Benatar tenga éxito comercial debido a su imagen provocativa, un ejemplo de violencia simbólica que la estigmatiza y la excluye por su aspecto, en este caso por ponerse unas medias, reproduciendo un estereotipo creado por la mirada masculina.

“Pat Benatar: **You’re so naive when you do those things in the beginning. It didn’t occur to me what I was doing until later, and then it was a case of, “What have I done? I wore tights onstage because they were comfortable. I didn’t realize that when I put my leg up, people went crazy, I was putting my leg up”.**

La regla de la inversión no sostiene el comentario de Pond, el acoso al que la somete no sería el mismo si estuviera tratando a un hombre. Y recordemos, en todo caso, que muchos músicos -entre ellos Mick Jagger, Marc Bolan, David Bowie, Kiss- han usado medias y se han travestido, pero el poder patriarcal ha validado su heterosexualidad recreándose incluso en la provocación sexual ensalzándola.

**“I used to think I could be real sexless on stage” she continues, one bright red fingernail poised at the corner of her mouth. It doesn’t work. You’re a female, and it comes out no matter what you do, no matter how many ERAs they pass. Just having hips is enough. I’d like to challenge the stereotypes, but there’s no getting around it -I am a stereotype-. I’m the pretty-girl-who-can-sign stereotype”.**

En conclusión, la entrevistada reflexiona sobre la doble moral y los significados sexistas y manipuladores manifestados por el periodista: **“...To me the point is to be strong but to still be a woman, not to be tough. I'm not a little flower, but I'm not somebody's sexual fantasy of a cold, hard bitch either...”**

	Autor:	Steve Pond
	Título:	"Pat Benatar: This year's model"
	Nombre propio:	Pat Benatar
	Género:	Entrevista
	Fotografía:	Annie Leibovitz (15'5x11). Grande
	Estereotipo foto: Ojos cerrados	
16 octubre 1980 Pág. 14		

La fotografía que ilustra la entrevista a Pat Benatar (Ilustración 100) dibuja un estereotipo de género a juzgar por la intencionalidad de mostrar a su protagonista sin rostro. La cantante aparece actuando en un escenario, su carisma, su calidad interpretativa, su talento son secundarios, la mitología que acompaña su interpretación se desvanece, la estrella pierde grandiosidad cuando no es posible ser reconocida.



*Ilustración 100: Pat Benatar. R.S Octubre 1980 (p.14)*

"According to the much discussion of authenticity, for example, the central value term in rock, folk and jazz music, the live show is the truest form of musical expression, the setting in which musicians and their listeners alike can judge whether what they do is real" (Frith, 2015, p.272).


Mc Cormick (2015) en su ensayo sobre la *performance*, asegura que la actuación musical se ha tratado desde la musicología, pero también desde la sociología, como una acción social encarnada, un rito que incluye la escucha de la voz de la artista, así como la expresividad de su cuerpo.

Aquí la imagen rígida de Benatar delata una intencionalidad por invisibilizarla por parte de los intermediadores culturales -que son los periodistas o críticos musicales, o editores fotográficos- actuando como gatekeepers. ¿Es coincidencia que el reportaje que se compone de otra fotografía de Pat Benatar, su rostro también sea ocultado? (Ilustración 101).



Ilustración 101: Pat Benatar. R.S, 16 Octubre 1980



 <p>16 Octubre 1980 Pág. 26</p>	Autor:	Kurt Loder
	Título:	"Ronnie Spector's rock's odyssey"
	Nombre propio:	Ronnie Spector
	Género:	Novedades discos
	Palabras:	1,045
	Fotografía:	1 individual, mediana (19x11), activa
	Estereotipo texto:	Aspecto vida privada

Kurt Loder, autor de la crítica discográfica del nuevo disco de Verónica Yvette Spector, cantante y vocalista norteamericana conocida con el nombre artístico de Ronnie Spector, repasa en 1.045 palabras la trayectoria de la ex líder del grupo femenino The Ronettes ofreciendo detalles de la difícil convivencia con su exmarido Phil Spector. El discurso de Loder aporta anécdotas sobre aspectos ciertamente morbosos de su vida privada en su gran mansión en convivencia con el venerado y abusivo productor:

**"I hated living there. I felt like I was 90 years old... I had absolutely no friends... I wasn't allowed to empty ashtrays or go to the kitchen -that would mess up cook's stuff. I couldn't wear a bikini in my own swimming pool -there was nobody but me and Phil. But there were a lot of men servants, you know?"**.

Phil Spector, quien hasta el pasado 16 de enero 2021 cumplía condena por un delito de asesinato cometido en 2003, detentaba una larga trayectoria criminal que incluye intentos de homicidio además de denuncias por abuso sexual. Es descrito como un personaje bipolar que conservaba un ataúd de oro macizo con tapa de cristal para poder observar a su mujer, Ronnie Spector, una vez fallecida.

Phil had shrouded the estate's windows with heavy drapes, limited her television viewing to *Mission: Impossible*, and bought a life-size dummy of himself—complete with cigarette dangling from its lips to sit next to her in the car during the rare times he allowed her out alone. He also talked her out of divorce with the aid of an unusual surprise Christmas present—blond, six-year-old twin boys.<sup>101</sup>

<sup>101</sup> Referencia: Anson, S. (2003). Legend with a bullet. Vanity Fair. Recuperado Mayo 2019, de:


<https://archive.vanityfair.com/article/share/8cd90bea-0614-4468-a185-bd5a2a10adef>

El análisis de género del artículo de Loder constituye una victimización hacia Ronnie Spector, ofreciendo desde detalles de encuentros con uno de los iconos culturales del siglo XX, Elvis Presley, y refiriendo asimismo la violencia de género psicológica que comportó su relación con su exmarido. Loder detalla al mismo tiempo que en la nueva trayectoria profesional, Ronnie Spector ha publicado su nuevo disco producido por una mujer, Genya Ravan, pero el relato positivo con el que empatizar está contaminado.

En una de las declaraciones de la entrevista Ronnie manifiesta empoderada:

**“I have my orgasms on stage now, you know what I mean?” says Ronnie Spector looking as lithe, foxy, and faintly exotic as she did fronting the Ronettes fifteen years ago. “Not that I wouldn’t want’em in bed as well, but the audience is my boyfriend now”.**

Loder ha escogido maquillar esta reivindicación que no queda visibilizada por los estereotipos y el sesgo de género convirtiendo su relato en victimismo, una lacra muy frecuente en la industria.

 <p>13 noviembre 1980 Pág. 58</p>	Autor:	Steven Holden
	Título:	Joni Mitchell's live album is a surprise and a triumph
	Nombre propio:	Joni Mitchell
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	851
	Fotografía:	Carátula (4'5x 4'5)
	Estereotipo foto:	fragmentada

La fotografía que analizamos ilustra la crítica discográfica de Steve Holden referida al doble disco en directo “Shadows and Light” de la cantautora y pintora canadiense Joni Mitchell grabado en directo en septiembre de 1979 en Santa Barbara (California). Es una imagen que hemos calificado como fragmentada y es autoría del fotógrafo norteamericano Joel Bernstein en colaboración con el director de arte Glen Christensen.



*Ilustración 102: Reproducción álbum "Shadows and light" en R.S (13 Nov, 1980) y portada original*

Se trata del onceavo disco de Mitchell -el segundo en directo-(Ilustración 102) y hemos seleccionado un fragmento de la crítica donde Holden glosa con respeto las composiciones y ejecución de los temas del disco tildándolo de obra maestra.

**"Constructing seemingly conflicting images of darkness and light, benefactors and parasites, law abiders and lawbreakers, the singer states her belief in the absolute relativity of moral standards and the ultimate indivisibility of good and evil. "Shadows and Light", like much of the album named after it, is a translucent masterpiece that embodies both the personal freedom and artistic majesty rock & roll continually strives for but rarely attains".**

A pesar de su merecida fama, y la reiteración en las metáforas del periodista sobre la luz y las sombras, entendemos que la reproducción del disco desmerece el concepto detrás de la fotografía original y repercute en la apreciación completa del concepto de dicha obra. En la obtención de una respuesta al concepto creativo, o dramático de la fotografía de la imagen, y si existía una voluntad de presentarla fragmentada, hemos acudido a su biógrafo<sup>102</sup> de quien hemos obtenido la siguiente explicación:

“The picture is shaped like a TV screen. The credits sequence for ‘Shadows and Light’ video is a montage that includes clips from the film ‘Rebel Without a Cause’. In one of those clips, James Dean is standing in front of a large 1950s television set with a screen that has the same approximate shape as the picture on the cover of the album. And since the cover picture is taken from a video that was made for broadcast before the era of rectangular HD TVs, the shape is also indicative of how it appeared on television screens in 1980. The video was made at the same time as the audio recording. The cover is what is known as a dissolve, taken from the video. In the editing process, the images from one particular shot ‘dissolves’ while the next shot simultaneously begins to emerge at the same time, giving the impression of one image superimposed over the other.

The place where this particular dissolve is during ‘[In France They Kiss on Main Street](#)’, it comes between the 1:53 and 1:54 minute mark in the video. It is very fast but if you can pause in the right spot, you can see it. What has always caught my attention about it is the cymbal superimposed over Joni’s face. Quite honestly, if I had seen Don Alias in the picture before, I had forgotten it but that is definitely his red shirt showing below Joni’s face. So that might have been part of the reason that Joni chose that particular shot. It is a good visual for a live recording of Joni Mitchell fronting an incredible ensemble of remarkable musicians. The cymbal and the drum are good representations of the nature of the music. Rock and Roll and Jazz are both recognized as musical forms in which percussion instruments are integral to their sound. The inside of the vinyl jacket has 13 of these dissolve images from the video and the back of the album has yet another one. Some of the images are also on the sleeves for each of the two LPs. Joni seems to like the pictures that are produced when one image is superimposed over another. You see photographic equivalents of these types of images on the ‘Night Ride Home’ CD”.

El fotógrafo Joel Bernstein<sup>103</sup>, autor de numerosas portadas y conocedor de la cronología y música de Joni Mitchell, opina que la crítica que nos ocupa era un intento de suavizar el mal hecho anteriormente por la prensa, Holden entre ellos, a mujeres como Mitchell que sufrieron el sexismo de los medios y de la contracultura de la época al no estar dispuestas a seguir el guión de la docilidad:

“Joni has always striven for respect, in an-interview in early nineties she was asked by a journalist, so Joni, how are you? And she answered: undervalued. Lack of equal respect”.

---

<sup>102</sup> Mark Scott, entrevista realizada via email. Febrero de 2021. Referencia web Joni Mitchell: <https://www.jonimitchell.com/>

<sup>103</sup> Entrevista realizada telefónicamente el 10/02/2021.

En su opinión, “Shadows and light”, expresa el interés de Mitchell en plasmar la creciente importancia de la televisión como medio artístico y para ello utilizó metraje de películas e intercalando -a modo de fundido- su rostro con el de Don Alias, el percusionista y su pareja de aquel momento quien vestía una camisa roja. La foto de la portada es, por tanto, una imagen que él tomó de este “frame” y que coincide con el minuto 1’53-1’54. Bernstein no percibe que hubiera discriminación de género al reproducir esta fotografía:


“The poor quality of the reproduction of the picture in Rolling Stone had to do with a number of things, you don’t know where the quality comes from, what state the cover album was in when Steve Holden wrote the review. This is an example of how poorly translates the picture on black and white specially with the technology that there was available at the time”.

La evaluación del estereotipo de la fotografía es que se trata de una composición fragmentada, carente de armonía, un esquema excéntrico, de pobre impresión que omite su nombre y título además de las caras. Parafraseando a Rudolf Arnheim en *Arte y Percepción*, un mundo enfocado, un mundo centrado contiene un simbolismo que, según él, es adecuado para una “concepción jerárquica de la existencia humana” (Arnheim, 2019, p. 301)

La fotografía de Rolling Stone representa una mujer fragmentada introduciendo un conflicto dramático. “Si a la mujer se la representa siempre cosificada y troceada, nuestra mente acaba troceándola y «viéndola» en partes”<sup>104</sup> (Bengoechea, 2006, p.30).

---

<sup>104</sup> Mercedes Bengoechea, se refería a «reificación» o «cosificación» u objetivación un proceso sistemático deshumanización que “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”.

 <p>13 noviembre 1980 Pág. 61,62</p>	Autor:	Fred Schruers
	Título:	no
	Nombre propio:	Carlene Carter
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	537
	Fotografía:	carátula, cosificada, pequeña (4x5), contiene subtítulo.
	Estereotipo texto:	Mujer vicaria


La crítica de Fred Schruers al disco de Carlene Carter, cantante norteamericana procedente de una saga muy influyente del género country, hace referencia a una mujer vicaria<sup>105</sup>. El periodista desacredita a Carter cuando nos relata que Nick Lowe, afamado compositor británico que actúa de productor de su reciente trabajo se convertirá en su marido: **“Carter co-wrote a song with Nick Lowe (who she’ would marry soon)”**.

Schruers asimismo cuestiona el talento de Carter en la frase final en la que destaca:

**“...Carlene Carter was first promising, then problematic. Now, with considerable help from Nick Lowe and Dave Edmunds, she’s really developing.”**

El periodista asume que, con las credenciales de Lowe y su guitarrista Dave Edmunds, quizás Carlene Carter será capaz de salir adelante. La perspectiva androcéntrica sitúa al hombre como protagonista de la información representando el sujeto que actúa, mientras que ellas son objetos observados desvalorizando de forma injusta sus logros. “Ellos son verbo. Ellas atributo” (Gallego, 2013, p.26).

<sup>105</sup> Tratamiento vicario es aquel que se otorga a la persona en virtud de su estatus civil, su parentesco o su relación con otra persona, que a la postre deviene más importante en sí misma que la persona de la que se habla. Es decir, sin persona interpuesta, seguramente no habría noticia. (Gallego, 2013, p. 45).

	Autor:	Lynn Goldsmith
	Título:	"The B'52's"
	Nombre propio:	Kate Pierson
	Género:	Entrevista
	Fotografía:	18 x12 (grande)
	Estereotipo foto:	Pasiva
11 diciembre 1980 Pág. 9		

La fotografía que hemos seleccionado (Ilustración 103) es una representación pasiva de la mujer. Pertenece a la cantante e instrumentista Kate Pierson, quién en 1976 fundó la exitosa banda The B-52 en Athens (Georgia), junto a los hermanos Cindy y Ricky Wilson, banda que en su consolidada carrera de 40 años ha vendido más de 40 millones de álbumes.

La autora de la fotografía es Lynn Goldsmith, directora de cine norteamericana y productora musical con una extraordinaria trayectoria profesional como editora y fotógrafa de rock. En la foto vemos la cara de Pierson enmascarada tras un pañuelo, un simbolismo del cuerpo como imagen visual (Arnheim, 2019). Esta imagen es un instrumento que denota una manera de describir algo subjetivo: la no representación de lo real -a pesar de ser una mujer exitosa que canta, toca el teclado, la guitarra-.

Quinn (1996) nos instruyó en que la función del estereotipo es organizar y limitar nuestra manera de ver el mundo. De acuerdo con esta acepción, la forma en que se crea un estereotipo sobre las mujeres es representándolas conforme a una ideología "para lograr reducir el peligro percibido por la cultura dominante" (1996, p. 230). Si el cometido del estereotipo es enmascarar la realidad, al invertir la causa (pasividad) y el efecto (invisibilidad), presentamos el efecto como causa y probamos y justificamos el estereotipo.

El estereotipo, es un artefacto simbólico, una reproducción desvirtuada, una propuesta de significado vacía de contenido, son sesgos, actitudes o tendencias que utilizamos para evaluar a un grupo social o a uno de sus miembros (...) Esta capacidad sancionadora de los medios se manifiesta a través de las imágenes, del lenguaje, de las metáforas, y de las formas de representación. (Altés, 2004, p. 23-30)

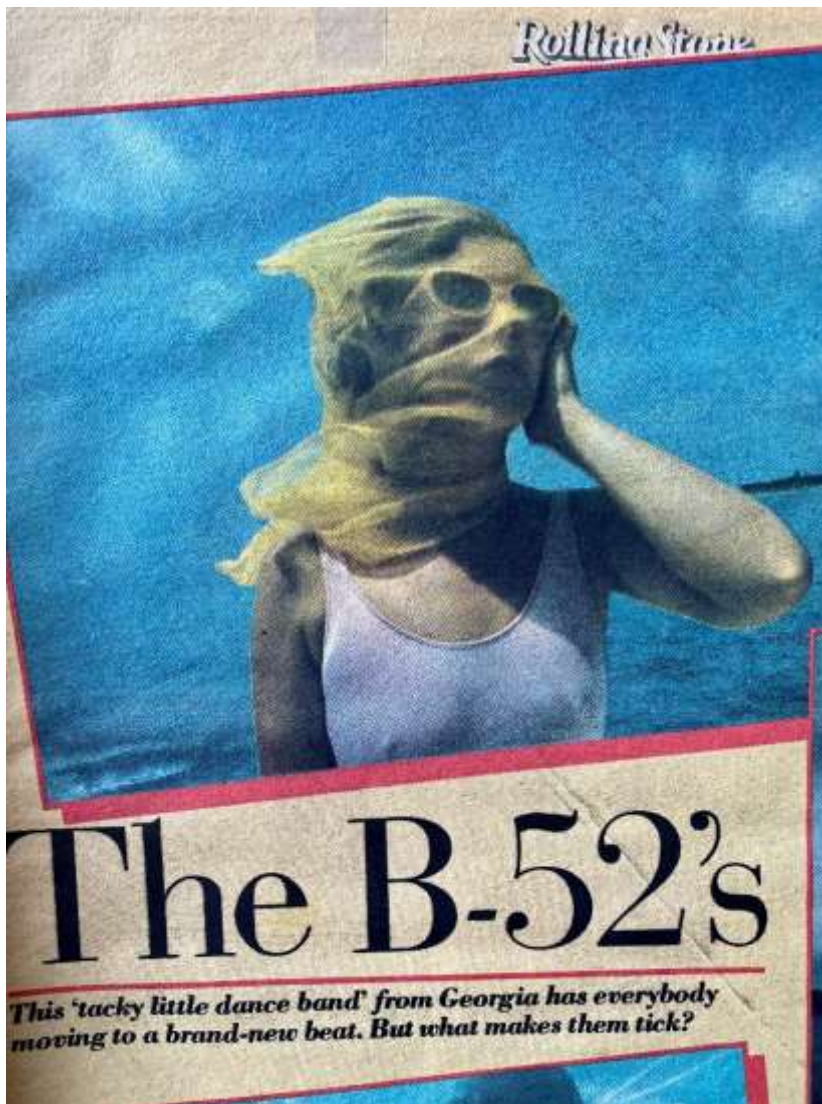



Ilustración 103: Kate Pierson, *The B'52*. R.S, 11 Diciembre 1980

La noción del “enemigo interno” referida a nuestro sexismo internalizado (Hooks, 2015) puede justificar, en el caso de Goldsmith, que el encargo de Rolling Stone constituya una aprobación inconsciente del patriarcado. Hemos comprobado como Annie Leibovitz, la editora jefa del departamento de fotografía de la publicación aupó la reproducción de discursos, patrones, metáforas en consonancia con la cosmovisión patriarcal.



	Autor:	Chet Flippo
	Título:	“Dolly Parton”
	Nombre propio:	Dolly Parton
	Género:	Entrevista
	Palabras:	2.282
	Fotografía:	5 fotos individual (3 pequeñas de 4x9) y una grande (24'5x31) fragmentada
	Estereotipo texto:	Aspecto físico
11 diciembre 1980 p.38		

En el análisis de las portadas ya ofrecimos constatación sobre cómo el escritor Chet Flippo construye un discurso intimidatorio de tono sexual hacia la artista, productora, empresaria, vocalista, actriz y multi instrumentista norteamericana country Dolly Parton:

**“My attention drifts to another majestic sight: Dolly Parton silhouetted against the windows of her apartment. Part of her beauty is external -the extraordinary body, alabaster skin, and delicate features- but much of it comes from within. She turns, and with a dazzling smile and a little girl’s voice asks what she can get me....”.**

**“ Dolly brings me a drink and sits back on her white cotton sofa in her skintight jeans and ready-to-bust low cut sweater. Even though she is only five feet tall -the heels and wig add almost a foot- she could take your breath away really quick...:**

Chet Flippo: **¿Are you ready to give it all up and run away with me now?**

Dolly Parton: **If you are ready -but let’s wait and see how much money you make from your book!”**

Fritz (1999) describe el estilo de actuación de Dolly Parton como peculiar, en el sentido de que se reconoce una noción de feminidad que coincide con los estereotipos de género masculino. Sugiere que su voz es un signo distintivo alrededor del cual se organizan los demás signos físicos (pelo, cuerpo, atuendo) y juzga que el contenido sus letras, que a priori son sobre pérdida y dependencia, es aceptado por la audiencia como irónico.

El periodista, Chet Flippo, no reconoce el poder, el éxito de Parton, y para alejarse de este cometido la ha intimidado con impunidad, buscando una respuesta que ha sido completamente sarcástica por parte de la cantante. Flippo ejecuta una forma de violencia simbólica y cultural, asimétrica, que reproduce clichés anacrónicos con un discurso que busca justificar y mantener la ideología sexista estructural del patriarcado una práctica común en la prensa musical asimilada a los *gatekeepers* de un medio de comunicación.

	Autor:	Kurt Loder
	Título:	"The Stranglers and Skafish, beyond the fringe"
	Grupo mixto:	Skafish
	Género:	Crítica conciertos
	Palabras:	335
	Fotografía:	1 grupo mediana cosificada (14x10)
	Estereotipo texto:	Aspecto físico
11 diciembre 1980 Pág. 68		

Kurt Loder es el autor de la crítica del concierto (Ilustración 104) de la banda punk norteamericana *Skafish* y para su construcción elige un estereotipo que hace referencia al aspecto físico del cantante de sexo heteronormativo.

**"He boasts the biggest nose in show business and in his bad bowl haircut and modified jog togs, looks like he just limped in from a lunatic asylum. Fortunately, he's dispensed with hermaphroditism as a hook which is proved to be good".**

La pieza va acompañada de una foto donde vemos medio torso de la corista Barbie Goodrich con una mueca que transmite cierto malestar y que Loder subtitula: **"Backup singer Barbie Goodrich provides a sexy balance to mutant Jimmy Skafish".**

El periodista emprende una sanción de género que roza el insulto con un léxico impropio de una publicación masiva llamando mutante a su líder, Jim Skafish, probablemente impresionado por su performance a quien dedica más espacio que al concierto principal de la banda británica *The Stranglers*.

Hemos consultado el archivo de la revista *Billboard* del 4 de febrero de 1977 en el que el periodista Mark Penchansky describía el concierto de debut de Skafish en Chicago con estas palabras<sup>106</sup>:

"a 20-year-old musician from Gary, Ind., who appears to be in transition between man and woman ... dressed androgynously, hair in a pageboy," who at one point in the show "strips down to a woman's bathing suit and nervously applies lipstick to the face".

Penchansky -en *Billboard*- se abstiene de juzgar a Skafish, Loder en cambio, hace mofa de su aspecto mediante el sarcasmo y la exclusión de género.

**The Stranglers and Skafish: beyond the fringe**

*The Stranglers and Skafish Club 57 New York City October 24th, 1980*

By Kurt Loder

**T**HE BLACK-leather brigade turned out in force for this evening of mutant rock, which paired England's most provocative band, the Stranglers—who once sang songs about beating up women in deserted subways—and Midwest mutant Jimmy Skafish, who once wore pin-stripes onstage and was thought to have breasts. If nothing else, this beyond-the-fringe bill demonstrated that a generation of female boys can become more of an audience than an asset for a group, no matter how excellent its material and musicianship.

Skafish rhymes with trapfish) is a former classical-piano prodigy who leads one of the tightest bands around—no minor virtue, considering the descriptive complexity of most of his music. He also boasts the biggest nose in show business and, in his bad bowl haircut and modified jag lips, looks like he just tripped in from a lunatic asylum. Fortunately, though, he's dispersed with hermaphroditism in a hook, which proved all to the good. As backup vocalist Barbie Goutrich throbbed the air with a pair of cheerleader's pomps, Skafish lurched into the rousing "Aan Fan Club," from his debut album on I.R.S. Records. Goutrich, in her tacky-pink taffeta gown, provided a sexy balance to Skafish's Nietzschean impersonation, and the crack band churned out a dazzling amalgam of frenetic pop, writhing heavy metal and some spectacular group-vocal protocols. The set's highlights were "Work Song," a raucous, tumultuous rocker about the futility/mobility of blue-collar life, and the amazing "Disgracing the Patriarchy Name," a thundering slice of autobiographical bile that sounds like a berserk merry-go-round cut loose from its track-pins. Both songs, like Skafish himself, deserve a much broader audience.

The Stranglers are an aging bunch of old-womers who broke through on the first surge of the New Wave. Originally noted for its leering sexism, apocalyptic despair and thematic fascism, this band probably alarmed more people than the Sex Pistols with its first three albums. The Stranglers' last LP, *The Future*, wasn't even released here, but now they've got a cozier compilation, *Stranglers II*, out on I.R.S. It was good to see that while they've toned down the silly cheer that had disfigured their appeal in the past, they're still as abrasively powerful and provocative as ever.

The Stranglers concentrated heavily on material from *Black & White*, their unjustly overlooked third LP, and *The Raven*. The band still puts out an enormous sound: Jean-Jacques Burnel has the biggest, meanest bass tone since John Entwistle, and drummer Jet Black, who looks like an off-duty child molester, could have given the late John Bonham lessons on pure ship-power. Keyboardist Dave Greenfield has straddled his Doerry organ approach, and guitarist Hugh Cornwell remains a most inventive, no-nonsense guitarist. All four were dressed in black, and their stage show consisted mostly of occasional smirks and skulking crouches from Cornwell and Burnel. Real fun guys. The songs, however, were largely terrific; it was nice to hear the swirling "Loser on the Sea" again, as well as the rilly "Hangin' Around" (yes, a bad pun-joke) and some of the best songs from *The Raven*, particularly "Shah-Shah-A-Go-Go" and "Duchess" (a bit British-sounding). As perfunctory as their performance sometimes seemed, the Stranglers did put out a mellow brew of bad vibes and brilliant riffs, and inspired real shows that were hard to shake. Congratulatory will never be their strong suit, but I'll wager we haven't heard the last of this lot.

**Backup singer Barbie Goutrich provides a sexy balance to mutant Jimmy Skafish.**

**Calendar**

New York: The Promenade, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Chicago: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Los Angeles: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

San Francisco: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Seattle: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Portland: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Denver: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Phoenix: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

San Diego: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Las Vegas: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Houston: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

San Antonio: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Fort Worth: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Dallas: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

San Jose: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Oakland: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Portland: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Seattle: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

San Francisco: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Los Angeles: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

San Diego: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Las Vegas: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Houston: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

San Antonio: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Fort Worth: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Dallas: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

San Jose: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Oakland: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31


Portland: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

Seattle: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26, 12-27, 12-28, 12-29, 12-30, 12-31

San Francisco: The Club, Oct. 10-12, 11-13, 11-14, 11-15, 11-16, 11-17, 11-18, 11-19, 11-20, 11-21, 11-22, 11-23, 11-24, 11-25, 11-26, 11-27, 11-28, 11-29, 11-30, 12-1, 12-2, 12-3, 12-4, 12-5, 12-6, 12-7, 12-8, 12-9, 12-10, 12-11, 12-12, 12-13, 12-14, 12-15, 12-16, 12-17, 12-18, 12-19, 12-20, 12-21, 12-22, 12-23, 12-24, 12-25, 12-26,

Como ya se ha mencionado, un valor de análisis cualitativo que hemos considerado necesario añadir es **la temática de género**. Se da la circunstancia que las tres publicaciones existen un número de informaciones de esta naturaleza y, en la mayoría de las ocasiones, son firmados por mujeres atribuyéndolo a una sensibilidad e interés en reivindicarlos. En el caso de Rolling Stone hemos analizado una información de temática de género en el ejemplar de enero, y tres en Julio 1980.

Kruse (2002) arguye que, mientras que mucho del trabajo sobre música hecho por académicas o críticas musicales omiten la problematización del género, muchas de las mujeres que escriben sobre música popular lo hacen desde una perspectiva feminista. “A truly critical perspective on discourses of rock and pop music thus requires that its authors, both male and female, analyze their own relationships to structures of patriarchal power that have helped define notions of what constitutes rock music and “good rock music” (2002, p.147).

 <p>24 enero 1980 Pág. 16</p>	Autora:	Pamela Rousseau
	Título:	“Feminist end album boycott”
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	300
	Fotografía:	1 individual, pequeña, (9x6), sin subtítulos, cosificada
	Temática género	
	Estereotipo foto:	cosificada

La periodista Pamela Rousseau destaca una información que supone una victoria para las reivindicaciones de la mujer en términos de violencia de género, y en especial, por el hecho de que esta acción rompe una lanza contra el uso que las discográficas hacen de la imagen de una mujer, en este caso cosificada y golpeada.

La asociación WAVAW (Women against violence against women) habían intentado, sin éxito, que Warner Communications, y sus tres compañías, boicotearan la promoción del disco “Black and blue” de Rolling Stones (Ilustración 105) por considerar que se trataba de un contenido ofensivo y violento contra las mujeres. En el álbum aparecía una mujer atada y con signos de haber sufrido violencia sonriendo seductoramente.



Ilustración 105: Portada original del disco "Black and blue (The Rolling Stones)

La noticia que publica R.S en enero de 1980 es que, tres años después de su aparición, Warner ha acordado desalentar el uso de este tipo de imágenes.

**"Strongly discourage the use of images of physical and sexual violence against women in its advertising and album covers".**

Con referencia a WAVAW (Women against violence against women) desconocemos el impacto que dicha organización generó con su activismo en la industria musical <sup>107</sup>, aunque ciertamente fue decisivo el alcance de sus diligencias obligando a una de las bandas comercialmente más reputadas del rock a revocar una portada tan misógina. La ilustración 106 es la foto que se utilizó como portada final del disco Black and blue de The Rolling Stones.



*Ilustración 106: Portada final álbum "Black and blue" (The Rolling Stones)*

El 18 de diciembre de 1979, coincide con la época de estudio, fue adoptado de forma unánime por la Asamblea General de las Naciones Unidas el tratado internacional de la Convención (CEDAW por sus siglas en inglés) abogando por la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer tras su ratificación por 20 países. El artículo 1 define discriminación de la mujer como:

---

<sup>107</sup> El documento que puede referenciar el activismo de WAVAW es un panfleto divulgativo sobre acoso sexual publicado en 1980 y pertenece a la denominada **Vancouver Women in Focus Society** (luego WAVAW) organización pionera fundada por la Universidad de British Columbia que trabajó desde 1974 como ONG contra la violencia hacia la mujer, la pornografía, el abuso infantil, derecho laboral femenino, derechos de lesbianas, racismo, educación y mujeres en políticas y en prisiones. <https://rbscarchives.library.ubc.ca/downloads/vancouver-women-in-focus-society-fonds.pdf>.

Cualquier distinción, exclusión o restricción hecha en base al sexo que tenga el efecto o propósito de disminuir o nulificar el reconocimiento, goce y ejercicio por parte de las mujeres, independientemente de su estado civil, sobre la base de igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural, civil o en cualquier otra esfera<sup>108</sup>.


Desterrar y deconstruir los prejuicios y estereotipos sobre los que se asienta esa matriz sociocultural sexista y patriarcal no es necesariamente la intención de la portada censurada de The Rolling Stones. Al contrario, su discurso alimenta la morbosidad del imaginario con una mujer sexualizada, atada y con signos de haber sufrido violencia proyectando que su comportamiento al transitar por el espacio público conlleva una sanción de género.

La cosificación de la mujer en las artes, en este caso la fotografía de rock, es una forma de violencia cultural que aquí se utiliza como una herramienta de subordinación al dictado patriarcal, la excepción a la normalidad es una muestra de misoginia.

Señalamos en contrapartida que el contenido de la noticia presenta una perspectiva interseccional, nos ayuda a identificar una realidad visibilizando un eje de desigualdad hacia la mujer y es la violencia por razón de género. Constatamos que existe una sensibilidad del staff femenino de las redacciones en proponer esta temática de género y que la sororidad fue una de las herramientas con las que las periodistas hallaron empoderamiento.


---

<sup>108</sup> Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer. Consultado 3/3/2021: <https://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/sconvention.htm>

 <p>24 julio 1980 Pág. 18</p>	Autor:	Liz Lufkin
	Título:	"Festival Brad and Roses"
	Nombre propio:	Mimi Fariña
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	560
	Fotografía:	1 grupo, activa, mediana (14x8)
	Temática género	

Destacamos que una de las temáticas de género de la revista ha sido tratada por la periodista Liz Lufkin con un espacio de 560 palabras y una foto de tamaño mediano. Se trata del festival benéfico **Brad and Roses Festival** dirigido por Mimi Fariña Baez celebrado en prisiones y teatros de Norteamérica con un objetivo solidario destinado a organizaciones caritativas. Entre las intérpretes que actuaron en Brad and Roses destacan Joni Mitchel, Etta James, Angela Bofill, Joan Baez o Maria Muldaur. Estimamos que existe una relación directa en esta noticia entre temática de género y autoría femenina de la misma.

Resultan acertadas las palabras de Gina Arnold (2018) quien nos inspira en su obra *Half a million strong*, a comprender que los festivales son comunidades imaginadas alejadas de la realidad pero que nos propulsan a pensar no solo en nuestra cultura, sino como la sentimos, en el tiempo y en el espacio: "Festivals allow us to believe that race is invisible, when it isn't, that drug use will free our minds, when it won't, and that the free market itself is some kind of moral force with actual ethical underpinnings" (2018, p.177).

 <p>24 julio 1980 Pág. 31</p>	Autor:	Kurt Loder
	Título:	"Random notes"
	Nombre propio:	Genya Ravan
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	87
	Fotografía:	no
	Temática género	

Kurt Loder destaca en 87 palabras las últimas producciones de la artista Genya Ravan en su sello Polish Records y emite una breve e irreverente nota al mismo tiempo que reivindicativa sobre la productora y cantante norteamericana:




**“... The irrepressible Ravan is also distributing Polish t-shirts emblazoned with a remark she once made to a previous record company: "Who do I fuck to get off this label?"**

Ravan, de origen polaco, fue la fundadora de *Goldie and the Gingerbreads*, el primer grupo de mujeres que firmaron contrato con una *major* en 1963. Con la frase impresa en una camiseta “*Who do I fuck to get off this label?*” visibiliza las difíciles condiciones en las que debían transcurrir las carreras profesionales de las mujeres empresarias como ella para quienes el acceso al mercado discográfico suponía un alto techo de cristal.

En una entrevista concedida en 2014<sup>109</sup>, Ravan verbaliza el trato hipócrita y discriminatorio de los *gatekeepers*.

I was known in recording studios and with engineers as the bitch to work with and I remember saying to one of my engineers, “You know, it’s very funny but when this bitch here tells you she doesn’t like that particular sound on a base drum I become a bitch yet when a Tony Vescante says I don’t like that base drum he’s a genius. Why is that? You don’t like taking orders from a woman, is that what the problem is here?”. Was it a hassle, yes?

	Autor:	Greil Marcus
	Título:	“Wake up!”
	Grupo femenino:	The Raincoats
	Género:	Reportaje
	Palabras:	979
	Fotografía:	1 grupo, activa, grande, (23'5x15'5)
	Temática género	
	24 julio 1980 Pág. 40	

Greil Marcus es el enviado especial para cubrir informativamente la ferviente escena británica punk de 1980. Su reportaje trufado de feminismo persigue dar voz grupos femeninos como *The Raincoats*, una de las bandas de mujeres que forma parte de la presente investigación:

**“...The Raincoats seem to have trashed every female stereotype in rock and roll” ... "Women in rock have never had access to the levels of prosaic reality available to men. Whose presence on stage is not, before anything else, a novelty. Women have had to acknowledge this contradiction**

<sup>109</sup> Genya Ravan. Entrevista Sonic Cathedral, Abril 2014: <https://www.soniccathedral.com/zine/index.php/band-interviews/471-Genya%20Ravan%20Interview>

Marcus, como hemos observado en la ficha sobre Blondie, actúa de forma contradictoria en temáticas de género. El reportaje objeto de análisis consta de 6 páginas en las que visibiliza el poder creativo de las bandas lideradas por mujeres otorgándoles credibilidad y reconocimiento a las dificultades para ser promocionadas en igualdad de condiciones. Menciona personalidades claves del punk como Poly Styrene, Chrissie Hynde, Lora Logic y grupos mixtos como Rezillos, Au Pairs y aporta discusión sobre el sexismo en la música.

#### 4.2.2. NME


A continuación, iniciamos el análisis cualitativo de una selección de estereotipos (Ilustración 50) hallados en los textos (10) e imágenes (5) de la revista NME que nos permitirán comprobar el sesgo de género con el que ha actuado la prensa musical. Con este método particularizaremos en la forma en que se ejecuta esta exclusión.

La elección de los estereotipos analizados, una vez más, se ha hecho en base a los ejemplos que son más representativos y reflejan las prácticas androcentristas de los *gatekeepers*. Al mismo tiempo se ha optado por una observación más etnográfica acudiendo a las fuentes originales, cuando ha sido posible, así como testimonios que han verificado los hallazgos.

NME		1980										Total	
		12/01	09/02	29/03	19/04	21/06	26/07	16/08	06/09	04/10	08/11		13/12
Estereotipo Texto	Mujer vicaria	1											2
	Aspecto físico		1				1		1			1	3
	Mujer objeto		2										2
	Aspecto vida privada	1	1						1				3
	Aspecto vida pública												
Estereotipo Foto	Pasiva	1											1
	Cosificada	1											1
	Aspecto vida privada										1		1
	Fragmentada						1						1
	ojos cerrados	1											1
												<b>15</b>	

Tabla 50: Estereotipos analizados en los ejemplares de NME 1980

La presentación de cada uno de los estereotipos se codifica por orden cronológico con su portada, autoría, título, género periodístico, número de palabras y fotografías.

 <p>January 12, 1980 p. 15</p>	Autor:	Paul du Noyer
	Título:	“My evil husband forced me to song backing vocals on Mull of Kintyre!”
	Nombre propio:	Linda Eastman
	Género:	Entrevista
	Palabras:	1538
	Fotografía:	2 fotos, un aspecto vida privada, una satírica sin subtítulo
	Estereotipo texto:	Mujer vicaria

El periodista Paul du Noyer utiliza un tono sarcástico, distendido y cercano en la entrevista con la empresaria, fotógrafa e intérprete norteamericana Linda Eastman (Ilustración 107), que es fotografiada con su pareja, el ex-Beatle Paul McCartney. Veamos cómo los estereotipos de género, en este caso, hacen mella en el discurso cuando Eastman es presentada, no por sus logros, pero si por su procedencia:

**“Lissom Linda Eastman was just the ordinary everyday daughter of a street corner chemist owner and millionaire. Life was simple ... until she met Paul. Little did she know the handsome young man she fell for was one of the infamous Beatles!**

En el primer párrafo nos sitúa:

**“After ten years married to one of the few functioning national monuments in this country can boast, the picture-taking girl from New York City and its famous legal-eagle Eastman clan has had a less than easy time of it in the hands of her detractors, old Beatles fans and press alike. Charges have tended to include her musical inexperience, an unfashionable hairstyle, stealing your sister’s heart-throb and general downright unlikability....”**

Ciertamente Linda Eastman, junto a Paul McCartney y su banda Wings, consolidaron una prolífica carrera discográfica que les proporciono 8 discos de platino, entre Estados Unidos y Reino Unido, y varios discos de oro de los 8 que llegaron a publicar. Eastman fue además una activista en favor de los derechos de los animales y creó una exitosa empresa de comida vegetariana. En los años 60 destacó como fotógrafa de la revista Rolling Stone publicando y exhibiendo su obra en galerías internacionales.

En el transcurso de la conversación, Linda Eastman, manifiesta su interés en compartir sus ideas filosóficas con los lectores, pero admite: **“What does it matter what I am saying?”**. En el resto de la entrevista trasciende su faceta activista y reivindicativa de una sociedad más ecológica, pero su relato se ilustra con dos fotografías: una de ellas como mujer vicaria y en la otra con una mueca que le resta credibilidad. En ninguna de las dos imágenes podemos intuir que el estilismo de su peinado esté pasado de moda -**unfashionable hairstyle**- como otorga el periodista.

Linda Eastman finaliza su entrevista con una amarga revelación sobre la hipocresía social y el interés que suscitan sus vidas y carreras, momento que Paul du Noyer aprovecha para remarcar que Eastman, aunque amigable y nerviosa, vive centrada en su familia:


**“At 37, with four children, two careers, one farm and an awful lot of sheep, it must be all go for the mellow, unexpectedly friendly and occasionally nervous Mrs. Linda McCartney”**.



*Ilustración 107: Linda Eastman. NME, 12 Enero 1980 (.p.15)*

Bengoechea (2015) nos advierte de que la lingüística revela las ideologías subyacentes en textos y en la lengua, como práctica que puede ser utilizada como forma de control social y manipular a los seres humanos. Utiliza el término “estilística feminista”, método analítico para detectar el sexismo y el androcentrismo propuesto por la lingüista Sara Mills (1995) “que llevaría a la detección de las estrategias lingüísticas y las prácticas textuales que conducen a la discriminación y a naturalizar la ideología de género” (Bengoechea, 2015, p. 99).

En la forma que el periodista interpreta y codifica la información no deja dudas que tanto su léxico como las metáforas y comparaciones que utiliza nos obligan a interpretar, en referencia al género en el discurso de Bengoechea (2015), a hacernos cómplices del texto y coaccionarnos en aceptar unos modelos de realidad asumidos. Eastman no es una únicamente una “**picture-taking girl**” con poca experiencia musical (“**musical inexperience**”), que estando casada con un “**monument of rock**”, seguramente no tiene más remedio que dedicarse a ser madre de 4 hijos y ocuparse de sus dos carreras, una granja y muchos animales, como si conciliar -aunque sea la hija de un millonario- fuera la tarea más fácil.

 <p>January 12, 1980 Pág. 27</p>	Autor:	Tony Stewart
	Título:	The Pop Games People Play
	Nombre propio:	Chrissie Hynde, The Pretenders
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	683
	Fotografía:	1 individual, pasiva y con subtítulo
	Estereotipo imagen: pasiva	

El periodista Tony Stewart es autor de la crítica del nuevo trabajo del grupo Pretenders con su fundadora Chrissie Hynde al frente. Nos centramos en un párrafo final que denota discriminación de género en línea con la misoginia y en el que Stewart pretende justificar que, al ser Chrissie Hynde una mujer, utilizará sus armas con nadie y además como una buena actriz.

Da por sentado que su actitud arrogante en escena la convierte en elitista, incriminándola por su dureza. Hemos mencionado anteriormente la utilidad de reescribir los textos substituyendo el sexo del referente, pero manteniendo las imágenes de la comparación. Se trata, en palabras de Bengoechea (2015), de desmontar el “efecto cognitivo de este tipo de imágenes”.

"Unlike so many other women in pop, she manages to combine an obvious sensuality ("Up to the neck" conjures up an image of her writhing about the floor), with intelligence and sensitivity to a wide range of emotions. Lyrically her songs are successful enough to suggest she'd made a great actress too. But maybe all that publicity bullshit, her arrogant stage manner and the rather elitist attitude that surrounds the band makes me judge this album too harshly. It doesn't justify their reputation, but then very little could. "




*Ilustración 108: Chrissie Hynde. NME, 12 Enero 1980*

Hynde es tildada de arrogante, una actitud impropia de una mujer. Esta sobreactuación es sancionada con una fotografía donde Hynde se muestra pasiva y se complementa con un subtítulo en el que la conmina a no mostrarse airada: **"Now it's no use sulking dear, that won't help"** (Ilustración 108). La fotografía está firmada por la fotógrafa Penny Smith y es compatible con un estereotipo de mujer pasiva.

Hynde ha manifestado en el pasado sus posturas feministas en el mundo del rock influyendo a las futuras generaciones, dictámenes que la prensa del rock ha considerado excesivos resultando en un peaje a base de críticas agresivas y difamatorias en muchos casos. La propia Hynde así lo manifiesta:

“I am the poster girl for feminism - for girls in rock, for girl guitar players, girls that front bands. I'm it and yet I don't have a stand on it because none of it bothers me, I just do my thing. That to me was the whole premise of the rock'n'roll ethic - just do your thing, be yourself. I never wanted to look sexy, no one in the industry's ever suggested anything sexual to me”<sup>110</sup>

	Autor:	Danny Baker
	Título:	Laugh and the nurds laugh with you
	Nombre propio:	Millie Jackson
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	357
	Fotografía:	1 individual, 7'5x12'5, subtítulo
	Estereotipo texto: aspecto vida privada Estereotipo foto: ojos cerrados	
January 12, 1980 Pág. 28		

La crítica discográfica del periodista Danny Baker sobre el álbum “Live and Outrageous (Rated XXX)”, que constituye el número 17 en la carrera de la interprete y cantautora norteamericana Millie Jackson, aspira a la provocación apelando a aspectos de su vida privada, a su carácter y su vulgaridad en la forma de hablar:

**I should think the words "vulgar" and "sordid" are two words that nobody amongst the baying dribblers who paid to howl at ol' badass here would ever dream of using because only "hung up" prudes wouldn't find such female liberty refreshing. But that's exactly what this double album is".**

<sup>110</sup> The Interview: The Pretenders' Chrissie Hynde, on veganism, causing controversy and MeToo, Krissi Murison. The Sunday Times, Sept 8, 2019. Consultado Diciembre 2019. <https://www.thetimes.co.uk/article/chrissie-hynde-pretenders-interview-80t0hxmf>

En el análisis crítico del discurso observamos como el periodista invisibiliza a Millie Jackson colocando determinados adjetivos que transmiten estereotipos y que suprimen su personalidad. Presentándola de esta forma, nos hace internalizar que una mujer no pueda reaccionar con enfado ni airadamente, a pesar de que Jackson es todo lo contrario. No solamente su agencia es desactivada por las expresiones sexistas utilizadas por el periodista, sino que el comportamiento obligatorio que se le atribuye convencionalmente a una mujer, en su caso, es dinamitado como una sanción de género redundado en la culpabilización.



Ilustración 109: Millie Jackson. NME, 12 Enero, 1980 (p.28)

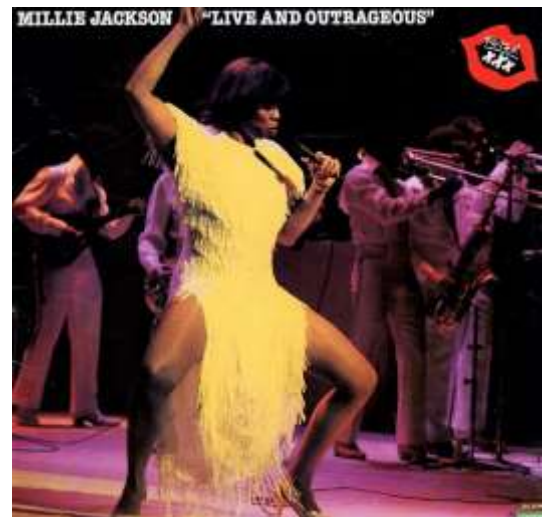


Ilustración 110: Millie Jackson, portada "Live and Outrageous (Rated XXX)", 1980

La cantante, deudora de un estilo interpretativo legendario en el terreno del *rhythm and blues* y el *soul* por sus textos sexualmente explícitos y su candente puesta en escena (Ilustración 110) es representada por NME con una fotografía de una mujer pasiva, sentada en un sofá, en una pose relajada mostrando un aspecto de su vida y con los ojos cerrados (Ilustración 109) y catalogada con el adjetivo "sordid".

Para obtener un contexto de su representación, incluimos una fotografía genérica (Ilustración 111) de las dos páginas donde se recoge su crítica musical y que abarca cuatro descripciones -de cuatro artistas- a modo de "interdiscursividad o intertextualidad": sórdida, lascivo, morboso, barrigón.


Bengoechea (2015) alude a la intertextualidad "como el conjunto de referencias explícitas e implícitas a las que recurre el texto. Que crean redes retóricas y argumentativas que pueden alimentarse mutuamente o subvertirse" (Bengoechea, 2015, p.125).





Ilustración 111: Foto de Millie Jackson. NME, 12 Enero 1980 (p.28)

La mirada y la fotografía de Millie Jackson con los ojos cerrados transmite una naturalización del discurso de la desviación por no cumplir el mandato de género y sigue una jerarquía estructural que presenta el discurso patriarcal como dominante.

 <p>January 12, 1980 Pág. 35</p>	Autor:	Joe Stevens
	Título:	The Slits
	Nombre propio:	The Slits
	Género:	Critica discográfica
	Palabras:	653
	Fotografía:	Grupo, 17'5x1'5. Grande
	Estereotipo foto: cosificada	

La fotografía, firmada por Joe Stevens, ilustra la crónica sobre el concierto del grupo británico The Slits en New York (Ilustración 112).



Ilustración 112: The Slits. NME, 12 enero 1980


La actuación, según su autor Richard Grabel, fue un diamante en bruto y argumenta que el diminuto escenario no propiciaba la espectacularidad y anarquía que acostumbran a tener sus actuaciones. La cantante Ari Up, en la izquierda de la foto, es mostrada en su “expression of anger as a form of refusal and resistance” (Nehring, 1997, p. 109) consubstancial al punk, a pesar de que, en la crónica, el periodista señala que en realidad trataba de hacer contacto visual con sus compañeras ante la dificultad de movimientos.

Helen Reddington, quien precisamente dedica su libro “The lost women of rock” a Ari Up, enfatiza esta idea bohemia del punk: “it was just as much about individual empowerment as making music, and one of the forms this empowerment took was taking the stage and playing music (or making noise) just for the experience of it” (2012, p. 11).

La exclusión de género en esta imagen se refuerza mediante estereotipos de cosificación que denigran a sus protagonistas provocando que juzguemos externamente su actuación. Grupos femeninos como The Slits tuvieron que pagar el peaje del control artístico de sus carreras con críticas, o fotografías como éstas, una vez progresaron en la jerarquía del negocio musical.

Algunas reglas -ideales estéticos- no conjugan con el punto de vista masculino y convierten actuaciones como las de The Slits en perturbadoras. La propia Ari Up afirma: “If boys were rebellious, it was okay (..) But if it was women, that was like a totally different situation. It was a different planet. It was soo taboo -we absolutely threatened the world” (Ari Up, 2006 en Reddington, 2012, p. 119).


La resiliencia fue para estas mujeres una herramienta de supervivencia ante la agresión y exclusión que tomó muchas formas, una de ellas la cosificación en textos y fotografías, y en este caso es una forma de “linchar simbólicamente a las mujeres que se atreven a transgredir el régimen de género” (Bengoechea, 2015, p. 124).

 <p>9 febrero 1980 Pág. 3</p>	Autor:	Derek Johnson
	Título:	“U.S Sex bomb due in”
	Nombre propio:	Pat Benatar
	Género:	Noticias conciertos
	Palabras:	79
	Fotografía:	1 individual, cosificada, pequeña (5x6) y con subtítulo
	Estereotipo texto: aspecto físico	

La ficha corresponde a una breve nota de 79 palabras firmada por Derek Johnson decretando que la multipremiada artista norteamericana Pat Benatar, es una bomba sexual: “**U.S sex bomb**”. La próxima actuación de Pat Benatar en Londres es empaquetada como un ígneo producto sexual:

**“Pat Benatar, described as “America’s hottest new rock and roll sex symbol”, comes to Britain.”**


Benatar, cantante, actriz y compositora, es valorada como un objeto de la sexualidad ajena; quien enuncia la información es un varón, que parece dirigirse solamente a otros varones, evidenciando una clara perspectiva androcéntrica.

 <p>9 febrero 1980 Pág. 19</p>	Autor:	Chris Salewicz
	Título:	"Pearl Harbour"
	Nombre propio:	Pearl and the Explosions
	Género:	Entrevista
	Palabras:	1,505
	Fotografía:	1 individual, activa, grande (13'5x20'5)
	Estereotipo texto:	mujer objeto

El periodista Chris Salewicz realiza una completa entrevista con la cantante y compositora germano-norteamericana Pearl E. Gates fundadora de *Pearl Harbor and the Explosions*. El subtítulo utilizado es un estereotipo físico sexista de carácter cosificado: **"San Francisco's belle of the ball"**.

Sabemos que se trata "de la más guapa del baile" pero no es posible descifrar si esta valoración abarca alguna otra cualidad fuera de la esfera privada redundando en una disminución de su agencia.


Una vez más una construcción asimétrica que refuerza la ideología de género.

 <p>9 febrero 1980 Pág. 21</p>	Autor:	Paul Morley
	Título:	no
	Nombre propio:	Cristina
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	112
	Fotografía:	individual, pasiva, mediana 10x13'5, subtitulada
	Estereotipo texto:	Mujer objeto

Paul Morley es autor de la crítica discográfica de la escritora y vocalista norteamericana Cristina donde es tratada como una mujer objeto a quien se la ridiculiza por su inteligencia y belleza construyendo un discurso y un tratamiento asimétrico: **"A wretchedly hedonistic hotsie from Island's elitist offspring ZE"** ...

En 1980 Cristina acababa de publicar su primer disco en el sello *ZE Records*, una escisión de *Island Records*. Morley califica a Cristina de **"hotsie"** y hedonista, para añadir más adelante que en su sospechosa biografía se menciona que su coeficiente intelectual es de 165: **"A sketchy bio let us know has an IQ of 165..."**.

El periodista enumera una serie de detalles absolutamente ajenos a la crítica, como por ejemplo aludir a un detalle sobre su manicura cuando el cometido del periodista es valorar su trabajo discográfico: "**I bet she has trouble keeping her fingernails looking good**". ¿Es relevante que Cristina hiciera carrera en Harvard, que su grupo fuera producido por John Cale (Velvet Underground), que su banda inaugurara el prestigioso catálogo de ZE Records (una de las independientes más importantes de finales de los años 1970 y 1980), y además luciera sus uñas impecables?

	Autor:	Julie Burchill
	Título:	"Quick before they vanish"
	Nombre propio:	Suzie Quatro
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	172
	Estereotipo texto: Aspecto vida privada	
9 febrero 1980 Pág. 23		

Julie Burchill censura, y enjuicia, el aspecto físico de la cantante, bajista y actriz norteamericana Suzie Quatro cuestionando su capacidad creativa en una breve crónica de la sección de noticias de actualidad:


**"Suzie Quatro's still pinning her hopes on after all these years. Quatro -who once had some classy spirit- is currently touring a hysterically funny parody of her old tough and nasty persona around the radios...".**

En 1980, Suzie Quatro poseía 7 álbumes en el mercado discográfico y varios números 1 en Reino Unido y Alemania. A sus 30 años ya era considerada una pionera del rock y gozaba de una extraordinaria popularidad, proeza que suscitó en Burchill -que escribió esta crítica con 21 años- una opinión totalmente discrepante: "**Suzie Quatro demonstrates that a few women are gross and insensitive.**"

Burchill, con una carrera notoria en los medios, ha sido censurada a menudo por sus irreverentes críticas demostrando aquí que la convivencia de mujeres con el machismo y el insulto -en redacciones altamente masculinizadas- resulta en la adopción de actitudes igualmente machistas y vejatorias. Las pocas periodistas que conseguían penetrar en los cotos exclusivos del periodismo musical serio construyeron tácticas de supervivencia para hacer escuchar sus voces ante el prejuicio masculino. El vicepresidente de prensa y publicidad de Warner Music UK lo testimonia:

“In the '80s and '90s, there were particular music titles in the UK that were very much old boys’ enclaves. There were gangs of young men who grew up with their own kind of, what they perceived as, a very distinct take on the music business”<sup>111</sup>.

Lucy O’Brien, una de las colaboradoras de NME en los años 80, asume que la discriminación hacia las mujeres en las industrias comunicativas residía en la suposición de los editores de que los consumidores eran varones: “There was a fair amount of discrimination and you had to grit your teeth and be brave”<sup>112</sup>. Las colaboraciones de las periodistas musicales carecían de credibilidad y de voz autorizada por lo cual eran muy limitadas y tendían a ocuparse de pequeñas crónicas de conciertos como la de Julie Burchill: “NME was a ‘boys’ club’ at this time and by the mid-'80s, there were still no women on the paper's editorial staff. About 24% of its freelancers were female. In this environment, the attitude prevailed that women couldn’t write about music with authority”<sup>113</sup>.

 <p>9 febrero 1980 Pág. 53</p>	Autor:	Deanne Pearson
	Título:	“Suzie and the Stooges”
	Nombre propio:	Suzie and the Stooges
	Género:	Crítica conciertos
	Palabras:	747
	Fotografía:	1 grupo, activa, grande (17'5x12) sin subt.
	Estereotipo texto: aspecto físico	

Deanne Pearson elabora la crítica del concierto de la bajista y compositora y cantante norteamericana Suzie Quatro (Ilustración 113).

<sup>111</sup> Andy Prevezer, 2013. Vice-president Press and Publicity Warner Music UK. Recuperado de:

<http://www.womenwritingrights.inespunessen.com/overview.htm>

<sup>112</sup> Lucy O’Brien 2013. Recuperado de: <http://www.womenwritingrights.inespunessen.com/1980s.html>

<sup>113</sup> Lucy O’Brien 2013. Recuperado de: <http://www.womenwritingrights.inespunessen.com/1980s.html>

“She wears black satin (or were they leather?) skintight trousers and black top, with spangled jacket and matching waistcoat and is backed by two similarly trendily attired female vocalist”. As the set ended, with Suzi extolling the virtues of playing men at their own game, she leapt onto the drummer’s platform and rammed the point home by standing in the traditional cockrock pose, bass held between her legs. I’d like to think she was taking the piss, but she believes in that macho rock star image as did the greasers down the youth club....”



Ilustración 113 : Suzie Quatro




Ilustración 114: Joan Jett



Ilustración 115 : Gaye Black

Su contenido es un examen minucioso a su indumentaria y actitud otorgándole una sanción de género al considerar que exhibe una actitud demasiado masculina, otorgando que la del varón sea la propia a exhibir. Pearson, es la autora del extenso reportaje **Women in Rock** que fue la portada de NME el 29 de marzo 1980 hecho que contradice que si bien en el mencionado reportaje se muestra condescendiente hacia el estilo escénico masculinizado de Joan Jett (Ilustración 114) y Gaye Advert (Ilustración 115) aquí en cambio crítica, discrimina y cosifica a Suzie Quatro por representar un modelo de feminidad demasiado cercana al “macho rock star”. La traición a los valores que le son propios la desnaturalizan (Gallego, 2013)


	Autor:	Max Bell
	Título:	"Jive of the jaded"
	Nombre propio:	Cristina Monet
	Género:	Entrevista
	Palabras:	1.301
	Fotografía:	1 individual, cosificada (17x12) con subt.
	Estereotipo texto:	Aspecto físico
26 Julio 1980 Pág. 14		

El periodista Max Bell entrevista a la cantante y escritora norteamericana Cristina (Cristina Monet-Palaci) y mediante un lenguaje frívolo y sexista la convierte en un objeto observado con sus errores y defectos, -entre ellos no saber cantar- burlándose de su alto coeficiente intelectual. Enfatizamos que Cristina ya fue objeto de crítica discográfica por parte de Paul Morley en el ejemplar del 9 de febrero 1980, pag.21.

**Cristina: A queen for today. ... Her own biography will tell you she has an IQ of 165, that she was a theatre critic on Village Voice aged 18.....She's cute and adorable, why I'll bet the little lady can even cook. Wouldn't it be kinda fun to get her into a recording studio? She ain't no singer, so much the better.... Unprepared for the climate she was sporting nothing more than a floppy top and a pair of tights."**

El estereotipo de género centrado en su aspecto físico la reduce a un cuerpo, **"a queen for today"**, **"cute, adorable"**, enfatizando en su vida privada, cuestionando su inteligencia, aptitudes profesionales y mediante el uso de comentarios misóginos como no saber cocinar, o no saber vestirse, relacionados con la "naturaleza femenina": **"Unprepared for the climate she was sporting nothing more than a floppy top and a pair of tights"**. Son estereotipos denigrantes que revierten en una manifiesta invisibilización de los talentos de Cristina. Las representaciones de género de la prensa musical, en este caso emitidas por el periodista Max Bell, fomentan un tratamiento inverso en los hombres a quienes se les representa en su acción concreta y personal (Gallego, 2012).



	Autor:	Vernon St-Hilaire
	Título:	"The Slits"
	Nombre propio:	The Slits
	Género:	Crítica conciertos
	Palabras:	567
	Fotografía:	1 grupo, 14x23 sin subtítulo
	Estereotipo foto: fragmentada	
26 julio 1980 Pág. 36		


La fotografía que presentamos (Ilustración 116) se ha calificado con el estereotipo de fragmentada e ilustra la crónica del concierto del grupo británico punk femenino The Slits. Su autor es Vernon St-Hilaire, un fotógrafo activo en Londres desde los años 70 y lleva el subtítulo: **"You might as well come out of there Viv; they can see your silly dress anyway"**. Y se refiere a una clara ocultación del rostro de su guitarrista Viv Albertine además de burlarse de su vestimenta.



Ilustración 116. The Slits. NME, 26 Julio 1980

El periodista Neil Spencer, en su crítica, alude a la originalidad del sonido del grupo, pero a la vez se invisibiliza a sus intérpretes. La primera pregunta ante esta fotografía es: ¿Quién “habla” en esta imagen? ¿Se habría elegido la misma en el caso de un grupo masculino? Aquello que no se nombra no existe, aquello que se dibuja como una abstracción nos confunde.

El lenguaje, o las imágenes, son herramientas transmisoras de ideología de género, así como de auspiciar la igualdad; pero si el lenguaje es regulado y normativizado en base a los valores sociales y culturales dominantes, es decir, patriarcales y androcéntricos, interpretará una realidad reproduciendo estereotipos de género que amenazan el orden social establecido. En el caso de la fotografía de The Slits, la mirada que compone del cuerpo femenino es de una mujer fragmentada, y en la práctica se traduce en una representación de una «aniquilación simbólica» femenina con el propósito de crear y reforzar una visión particular del mundo.

 <p>4 octubre 1980 Pág. 39</p>	Autor:	Graham Lock
	Título:	“Any woman's blues”
	Nombre propio:	Janis Joplin
	Género:	Novedades discográficas
	Palabras:	1335
	Fotografía:	1 individual, activa, grande (5x16cm) sin subtítulo.
	Estereotipo texto: Aspecto vida privada	

La crítica **“Any woman’s blues”** versa sobre el álbum antológico conmemorando el décimo aniversario del fallecimiento de la cantante, compositora y guitarrista norteamericana Janis Joplin. El crítico Graham Lock enfatiza la influencia que ejerció Joplin en la liberación sexual de las mujeres de la época citando una frase del libro escrito por la periodista musical norteamericana Lillian Roxon en 1971:


**“...Janis liberated everyone one of those fourteen, fifteen and sixteen years old in every possible way... she liberated more American women than hundred books.”**

Graham Lock ha escogido situar en el centro del relato a Janis Joplin como víctima del sexismo del patriarcado del rock, pugna que la indujo a construir una vida de excesos:

**"For Joplin herself this liberation was doubled-edged. She uprooted conventional notions of glamour but, rather than attack the concept itself, she put forward an alternative version. And in escaping one female stereotype, she found herself trapped with another -what biographer Myra Friedman called the "hard drinking-swearing-always-partying-fuck-anybody-get-it-on-get-it-off-stay-stoned-keep-on-rocking-floozy". She played the role on stage and the audience loved her (for acting out their fantasies); she played the role offstage and no-one could get close to her..."**

Janis Joplin, abanderó proclamas feministas conminando a las mujeres del rock a descartar verse como cuerpos propiedad de los hombres, reivindicó el control de su sexualidad y a derribar los obstáculos con los que la ideología patriarcal sexista ha socializado a la mujer como inferiores. "The first white woman to negotiate the explosive, murky depths of psychedelic rock'n'roll, made up the rules and suffered for it" (...) "symbolized the most extreme dilemma for women in rock'n'roll: how to compete with men yet no lose a valuable sense of self (O'Brien, 2012, p.87, 88).

Joplin, como figura pública, fue sancionada por una doble moral, similar a la biografía que Graham Lock traza y en la que subraya el estereotipo del aspecto físico reduccionista que la discrimina y que redundante en una carencia de respeto histórico hacia su figura. Un ejemplo de cómo la historia ha sido narrada desde la perspectiva de género masculino.

 <p>4 octubre 1980 Pág. 52</p>	Autor:	Paul du Noyer
	Título:	"Jane Kennaway & Strange Behaviour"
	Grupo mixto:	Jane Kennaway & Strange Behaviour
	Género:	Crítica conciertos
	Palabras:	327
	Fotografía:	individual, fragmentada, pequeña (8'5x5) y sin subtítulo
	Estereotipo texto:	Aspecto físico


Paul du Noyer presenta a Jane Kennaway, la cantante y guitarrista británica que fue líder del grupo *new wave* *Strange Behaviour*, con estereotipos de género que hacen referencia a su aspecto físico:

**"Blonde haired, a chic dresser and all in all pretty dashed attractive... nice smile".**

Du Noyer considera que la música de Jane Kennaway:

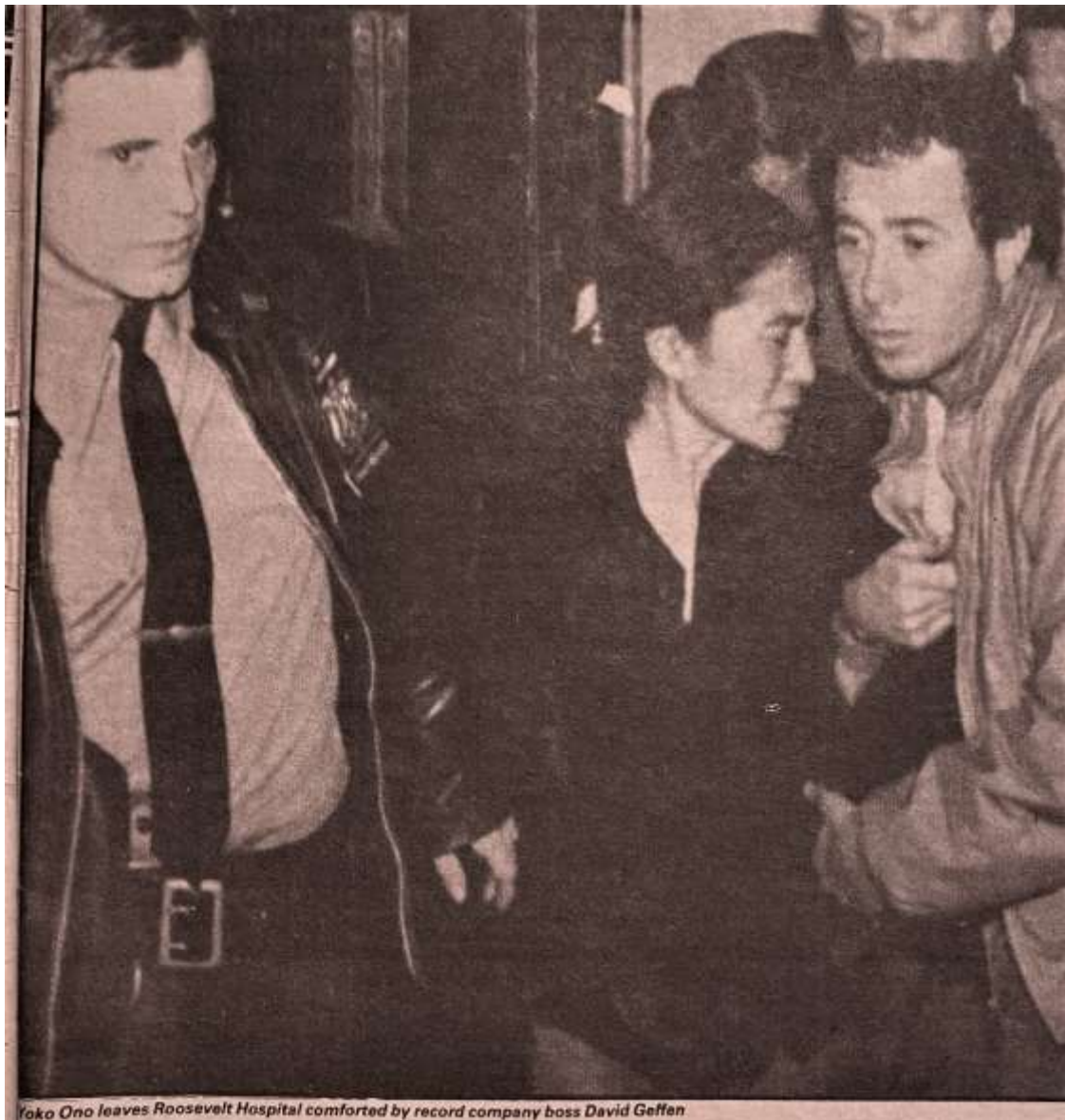
**“Will go on to make the kind of records you bring home to meet Mum and Dad”.**

Estas asunciones personales y psicológicas son estereotipos del grupo dominante que limitan las representaciones de género a categorizaciones restrictivas que fomentan una aniquilación simbólica de la mujer (Tuchman, 1978). El reputado crítico considera que los atributos personales de la cantante en escena son implícitos en la construcción de un producto musical más allá de su profesionalidad, patrón que pierde validez cuando se trata de un varón. ¿Utilizaría una periodista musical esta frase para describir a un músico: **“Blonde haired, a chic dresser and all in all pretty dashed attractive... nice smile”?**

	Autor:	--
	Título:	“John Lennon murdered”
	Nombre propio:	Yoko Ono
	Género:	Crónica
	Palabras:	881
	Fotografía:	18x19 grande
	Estereotipo:	aspecto vida privada
	13 diciembre 1980. Pág. 3	

La fotografía (Ilustración 117) que acompaña la crónica especial que NME publicó 5 días después del asesinato de John Lennon no está acreditada. El luctuoso evento que costó la vida al músico y activista tuvo lugar a las 10'50 pm del día 8 de diciembre de 1980 en la puerta de su apartamento en el *Dakota Building* de New York. La imagen, que hemos catalogado como un estereotipo sobre la vida privada, corresponde a su ya viuda Yoko Ono a la salida del Roosevelt hospital, instantánea que refleja la impotencia y a la vez una huida por preservar la intimidad ante el fallecimiento de su pareja.


La representación de esta emoción que escrudiña en su vida privada en una fatal circunstancia es un guion estereotípico sobre comportamientos femeninos con el que la publicación vulnera y trivializa la agencia de Yoko Ono consolidando un discurso de debilidad, objeto de protección y subordinación, de invisibilización. La representación de la mujer no nombrándola, escondiéndola, metaforizándola de forma sutil es una manera de mantener una atmósfera de desigualdad y reproducir la ideología patriarcal (Bengoechea, 2015).



*Ilustración 117: Yoko Ono. NME, 13 Diciembre 1980*

Complementariamente a los estereotipos analizados se han hallado en el contingente de noticias de los 11 ejemplares de la muestra un número de contenidos compatibles con la temática de género.


- Noviembre 1980: en página 13 y 15
- Diciembre 1980: páginas 5, 8 y 25

 <p>8 noviembre 1980 Pág. 13</p>	Autor:	Julie Burchill
	Título:	"Plug of the week"
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	116
	Fotografía:	carátulas de las portadas de la revista feminista SPARE RIB
	Temática de género	

La noticia breve de la periodista Julie Burchill -116 palabras-, sirve como presentación del ejemplar número 100 de la revista feminista británica *Spare Rib* en su octavo aniversario: "**One of Britain's most essential uncompromising publications**".

La publicación de esta información, que aporta una perspectiva de género, se contradice con la reputación de Burchill, autora de críticas demoledoras, como por ejemplo la analizada en este capítulo sobre Suzie Quatro, en la que tacha a la bajista y cantante norteamericana de insensible y repulsiva.

Consensos protocolarios en las corporaciones editoriales han adjudicado a los varones la autoridad como *media gatekeepers* y la relevancia en la cesión de los artículos serios del periodismo musical, mientras que las noticias menores o relacionadas con informaciones sobre artistas femeninas recaen en las mujeres periodistas. Una falta de diversidad que queda reflejada en las redacciones donde el staff, en el caso de NME, en noviembre de 1980 consistía en 5 mujeres y 45 hombres.

 <p>8 noviembre 1980 Pág. 15</p>	Autor:	Richard Grabel
	Título:	"Outsiders in a sexual jungle"
	Nombre propio:	Bush Tetras
	Género:	Entrevista
	Palabras:	2,309
	Fotografía:	4 pequeñas (13'2x5'5) con subtítulos, 1 grande (18'2x12'59 con subtítulos)
	Temática de género	

La entrevista al cuarteto norteamericano de post punk *Bush Tetras* promueve un contenido de temática de género. Richard Grabel, el autor de la entrevista, conminado por una de las tres componentes de la banda, cuestiona su apariencia -alejada de los roles de género femenino- y su sexualidad no heteronormativa con esta frase:

**“... with their hard looks and total lack of feminine role-playing, the band have a reputation as a lesbian band. I frame a delicate question. What role does sexual image play in their presentation?”**


Bush Tetras replican al periodista reclamando que su ambigüedad es una postura personal política y se reapropian de su consciencia feminista abominando de la mirada masculina que las sexualiza:

**“Sexual image? I think it’s just being ourselves. They have these regressive sex roles mapped out for you, girls should be like so and so...”, “... more than a gay sensibility is a feminist one. And we’re none of us radical feminist” ...” I think our music, our lyrics, are in a way sexless”.**

La voz del cuarto miembro de Bush Tetras, varón en este caso, se manifiesta de esta forma:

**“Working with male musicians can be obnoxious because a lot of them have a real machismo attitude”, “but going on tour with them (indicating the three girls), I am the one who ends up carrying amps all over the place”.**


Explorar sexualidades alternativas supone un esfuerzo para incluir nuevas voces que aportan una perspectiva antropológica de cariz feminista, normalizando diferentes identidades de género en la música y por extensión a la producción cultural.

	Autor:	Roy Carr
	Título:	“John Lennon murdered”
	Nombre propio:	Reportaje
	Género:	481
	Palabras:	Roy Carr
	Fotografía:	18x12. Grande con subtítulo
	Temática de género	
13 diciembre 1980. Pág. 5		

Roy Carr firma una de las piezas dedicadas al asesinato a sangre fría del cantante y compositor británico John Lennon en Nueva York. En el reportaje ahonda en detalles que aportan una perspectiva de género detallando cómo en la vida privada, y en su convivencia con la artista multimedia, cantante y activista Yoko Ono, Lennon adoptó el rol de padre conciliador.

**"If John was the artistic genius in the partnership, then there are indications that Yoko was the effective business administrator....", "John and Yoko mutually agreed on role reversal. So, whilst Yoko, figuratively went to the office her husband stayed home to mind the child".**

El título de la crónica, **"The Ballad of John and Yoko"**, se inspira en el tema compuesto por Lennon en marzo de 1969 con motivo de sus nupcias y las actividades públicas -protestas pacifistas y manifestaciones- con las que prodigaron su hostilidad en contra de los estereotipos. Una de sus acciones, en línea con esta mentalidad inclusiva, fue la de satirizar los prejuicios raciales y de género mediante el "bagism"<sup>114</sup>.

	Autora:	Cynthia Rose
	Título:	"Three degrees of sisterhood"
	Grupo femenino:	The Roches
	Género:	Entrevista
	Palabras:	602
	Fotografía:	1 mediana (13x10) con subtítulo
	Temática de género	
	13 diciembre 1980. Pág. 8	

En la entrevista con el grupo femenino irlandés-norteamericano The Roches, su autora, Cynthia Rose, pone el foco en la temática de género con anhelo de empoderarnos y reivindicar una industria musical donde las relaciones de poder sean equitativas.


**"From C&M to modern rock music, men can weep like girls and girls can come on like men (or eccentric Little Cookies like The Slits), but for the female artist trying to capture live real emotional climates of womanhood, there's scant justice".**

Cynthia Rose enmarca su crónica con la lente de la identidad performativa tratando de transmitir una sensibilidad creativa en línea con un feminismo antropológico.

<sup>114</sup> Bagism was created by John Lennon and Yoko Ono as part of their extensive peace campaign in the late 1960s. The intent of bagism was to satirize prejudice and stereotyping. Bagism involved literally wearing a bag over one's entire body. According to John and Yoko, by living in a bag, a person could not be judged by others on the basis of skin color, gender, hair length, attire, age, or any other such attributes. It was presented as a form of total communication: instead of focusing on outward appearance, the listener would hear only the bagist's message. (Guesdon & Margotin, 2013, p.542). Video: [https://www.youtube.com/watch?v=4nM65\\_ut05s](https://www.youtube.com/watch?v=4nM65_ut05s)




Koskoff (2014), en su búsqueda de respuestas sobre la interrelación género y música, nos instruye a comprender que mediante la performance musical, nuestro cuerpo se convierte en un espacio constreñido por las normas y los sistemas de poder: “how the body performs socially constructed and gendered norms through musical performance” (2014, p. 152).

	Autor:	Lynn Hanna
	Título:	----
	Grupo femenino:	The Au Pairs
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	187
	Fotografía:	grande, subtitulada (18'5x13)
	Temática de género	
	13 diciembre 1980. Pág. 25	

Lynn Hanna firma la crítica discográfica de *The Au Pairs*, grupo radical del feminismo británico de estilo musical *new wave*, desde una perspectiva de género. Hanna reivindica el rol de las bandas de mujeres del rock satirizando y censurando el retrato estereotipado de los roles género.

**“God know, there’s a lot that’s wrong with the way this world treats women, but sometimes the best results are achieved by stealth, by sidestepping by believing in oneself rather than belting every block in sight with a rolled-up copy of *Spare Rib*”, “Actually, amazingly, the Au-Pairs single works wonderfully, despite the lyrics that portray a female so stereotyped she could barely exist outside of advertising copy.”**

La crítica enfatiza en el *single* “Diet/It’s Obvious” con una letra que marca su ideario sobre políticas sexuales contemporáneas -en plena recesión británica de 1980- y es tangencialmente utilizada por la periodista para exponer la necesidad de adoctrinar no a golpe de feminismo “**rolled copy of *Spare Rib***” sino con sigilo y convencimiento en la propia agencia.

	Autor:	Sheryl Garratt
	Título:	"Two is better than one"
	Nombre propio:	Rita Marley, Judy Mowatt
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	550
	Fotografía:	1 mediana, pasiva y con subtítulo
	Temática de género	
13 dic 1980 Pág. 35		

De nuevo una temática con perspectiva de género y de autoría femenina. Se trata del relato de Sheryl Garratt sobre dos intérpretes de reggae jamaicanas Rita Marley y Judy Mowatt, ambas vocalistas del trio de Bob Marley & the Wailers, quién afirma: **"Their songs encourage the efforts of other women"**. Garratt nos introduce a la discriminación de que son objeto las mujeres en el *reggae* con una cita atribuida a un músico de la banda *African Star*:

**"Women can't make good reggae. It should be mystical, and if women are there, the men are distracted, can't meditate on their music"**.

Es evidente que en el género reggae hay poco espacio para la mujer por lo que Garratt subraya:

**"The Rastafarian image of women is one that many non-Rasta females like myself fins hard to stomach."**

A continuación, aporta una cita con la que el venerado músico jamaicano Peter Tosh obsequió en una conferencia justificando la violencia contra la mujer:

**"They enjoy being beaten every now and again, Mr. Marley leaves Rita at home with their five kids while he runs off to do interviews denying he even has a wife"**.

Masouri (2013), en su biografía sobre Peter Tosh, cita al periodista y musicólogo francés Bruno Blum quien en 1976 confrontó a Tosh sobre sus ideas respecto a la igualdad de derechos para hombres y mujeres:

Equal rights are universal for man or woman, a woman was created for comfort of a man, seen? A woman must not put on a man's apparel, seen? A woman cannot carry a bag of sugar weighing 200 pounds. A man can do that, seen? A woman during her cycles, she have a period which comes around every month and during that time she must be isolated and kept alone for that period of time for spiritual purposes, because she distorts the communication between Father and the Son during that period. A man must not sleep with this woman whilst she stays that way. (Masouri, 2013, p.132)

La periodista Sheryl Garratt, desde su plataforma en NME, construye un debate sobre los derechos de la mujer en la sociedad jamaicana, aunque desafortunadamente el título del pie de foto (Ilustración 118) es una burla y contribuye al descrédito de unas mujeres que luchan por no ser invisibilizadas: **“Judy M (left) and Rita M hope there’s a hair -drier in the house”**.



*Ilustración 118: Judy Mowatt & Rita Marley. NME, 13 Diciembre, 1980*

### 4.2.3. Vibraciones

Analizaremos a continuación 25 estereotipos de texto y 5 de imagen en Vibraciones (Tabla 51) detallando su ubicación en el ejemplar, autoría, según si son de texto o de imagen, y demostrando que no son neutros ni inocentes, sino que constituyen ejemplos de cómo los medios de comunicación han invisibilizado las aportaciones de la mujer.

Vibraciones		1980												Total
		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	
Estereotipo Texto	Mujer vicaria			1										1
	Aspecto físico	1	2	1		4	1	2	1	1		2		15
	Mujer objeto		1	1				1						3
	Aspecto vida privada		1			1			1			1		4
	Aspecto vida pública				1				1					2
Estereotipo Foto	Pasiva		1											1
	Cosificada				1									1
	Aspecto vida privada					1								1
	Fragmentada				1									1
	ojos cerrados					1								1
													<b>30</b>	

Tabla 51: Estereotipos analizados en Vibraciones 1980

La estereotipación de género en los contenidos de las 3 revistas alcanza las siguientes cifras:


**Rolling Stone**..... 80 estereotipos localizados..... **18 analizados**


**New Musical Express**.....72 estereotipos localizados..... **15 analizados**

**Vibraciones** ..... 94 estereotipos localizados..... **30 analizados**

Se ha considerado que, dado que partimos de una cantidad más elevada de estereotipos en Vibraciones, en comparación a las otras dos revistas, era pertinente realizar un análisis de ejemplos más extenso y como veremos en adelante 15 de ellos son los referidos a su aspecto.

Procedemos a continuación a presentar las dos primeras noticias -que hemos agrupado por corresponder a la misma sección-: “La Antena Exterior”, firmada por el periodista Diego A. Manrique

 <p>Enero 1980 Pág. 19</p>	Autor:	Diego A. Manrique
	Título:	"La antena exterior"
	Nombre propio:	Siouxsie and the Banshees, Marianne Faithfull, Pat Benatar
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	49, 98, 63
	Fotografía:	no
	Estereotipo texto: Aspecto físico	

 <p>Febrero 1980 Pág. 16</p>	Autor:	Diego A. Manrique
	Título:	"La antena exterior"
	Nombre propio:	Olivia Newton-John
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	77
	Fotografía:	no
	Estereotipo texto: Aspecto físico, aspecto vida privada	

Se han seleccionado cuatro frases que categorizan a cuatro artistas: Siouxsie and the Banshees, Marianne Faithfull, Pat Benatar y Olivia Newton-John con estereotipos de género relacionados con su aspecto físico:


- "Pobre Siouxsie. La reina fría de los Banshees no gana para disgustos..."
- "La pobre-chica-frágil Marianne Faithfull"
- "Pat Benatar, una chica americana de impresionante apariencia y rasgada voz"
- "Cara tonta de Olivia Newton-John"

Siouxsie Sioux, es el apelativo artístico de Susan Ballion, cantante británica, compositora y productora y líder fundadora de Siouxsie and the Banshees, creadora de una nueva estética y de un sonido atmosférico e incómodo: "Sioux's appearance became iconic. For makeup, Sioux painted her face pale and blacked out her cold, unblinking eyes, protesting the typical "glamor" of the day. Her Kabuki-like mask of makeup illustrated a theatrical femininity, to which Sioux flaunted alongside vinyl fishnet tights" (Raha, 2004, 74).

En enero de 1980, "**Pobre Siouxsie. La reina fría de los Banshees no gana para disgustos...**", publicaba el tercer disco de los 25 que constituyen el legado de su carrera. El periodista alude metafóricamente a un aspecto frío y distante de la artista para informarnos de una serie de adversidades con respecto a su banda. Gee (2016) constata que: "Siouxsie and the Banshees' songs rarely described explicitly violent situations. Rather, they turned their lens to the horror and anxiety that boils under the mundane" (2016, p. 21). En 1986 Siouxsie escribió Candyman, un tema que contrariamente a la creencia popular no trata sobre un traficante de drogas; sino del abuso que ella misma sufrió a los 9 años en su pueblo natal, Chislehurst (Reino Unido).

En "**La pobre-chica-frágil Marianne Faithfull**" el periodista escoge una frase que actúa como una sanción verbal para describir a la intérprete y actriz británica Marianne Faithfull transmitiendo una imagen victimista que le resta credibilidad. Faithfull, quien consiguió encaminar su carrera discográfica en 1979, después de su ruptura con su pareja Mick Jagger y un pasado de adicciones, estuvo apartada de la esfera pública hasta la publicación de este álbum. Parece imposible desasociar lo personal de lo público, estigmatizándola por romper los estereotipos de género.

En las dos frases siguientes: "**Pat Benatar, una chica americana de impresionante apariencia y rasgada voz**" y "**Cara tonta de Olivia Newton-John**", el periodista restringe en dos frases una crítica al aspecto físico de ambas artistas verbalizando una exclusión de género basada en estereotipos de belleza que, en el caso de Olivia Newton-John, se convierte en insulto, un trato irreverente y vejatorio que la invisibiliza. La investigadora Brenda Johnson-Grau, analista de la representación de la mujer artista en la prensa musical, es concluyente: "Once her physical appearance has been dissected, her home life (boyfriends, parents or both) is frequently the next topic for the profile of a female artist" (2002, p.214).

 <p>Febrero 1980 Pág. 21,22,23,24</p>	Autor:	Oriol Llopis	
	Título:	"Rockgirls: segunda generación"	
	Nombre propio:	Kate Bush, Runaways, The Motels, Lene Lovitch, Siouxsie and the Banshees	
	Género:	Reportaje	
	Palabras:	3242	
	Fotografía:	1 Kate Bush individual pasiva (17x18). Con subtítulo 1 Runaways, grupo ojos cerrados (11x9). Con subtítulo 1 Motels, grupo activa (5'5x12). Con subtítulo 1 Lene Lovitch, individual activa (11'5x9). Con subtítulo 1 Siouxsie, individual activa (11'5x9). Con subtítulo	
	Estereotipo texto:	Aspecto físico	
	Estereotipo foto:	pasiva	

En 1976, la revista *Vibraciones* dedicó un artículo al rock hecho por mujeres, en 1980 la dirección de la revista ha decidido subsanar esta anormalidad publicando el reportaje: **Rockgirls segunda generación** que compendia los principales grupos femeninos aspirantes a alcanzar la fama surgidos en estos 4 largos años. El texto, elaborado por el periodista Oriol Llopis, va acompañado de 5 fotografías subtituladas:

**“Hace años ofrecimos un artículo de Diego A. Manrique que repasaba el deambular del sexo femenino por los escabrosos terrenos del rock. La segunda mitad de la década ofreció una nueva y poderosa generación de niñas con voz y refrescantes ideas”.**

La entradilla del reportaje otorga infantilismo a las protagonistas implicando que la esfera patriarcal del rock es **“escabrosa”**, las relaciones de poder agracian al varón con capacidades de las que la mujer está exenta, por ello las convierte en **“niñas”** débiles del género femenino que **“deambulan”** en terrenos que no les son propios. Una reiteración del mito que el rock es inhóspito para la mujer, y como hemos discutido ya en el especial que NME dedica a **“Women of Rock”**, es una anacronía, una forma de limitar a la mujer en espacios cerrados, agrupar su presencia y prescindir de su lectura.

El 95% del contenido es compatible con una información veraz y respetuosa con las artistas, a excepción de algunos giros como: **“Empecemos con las que se lo hacen de soltera”** o **“Rachel, con un LP propio bajo el brazo y desde su escaso metro y medio de altura”**.




Ilustración 119: Kate Bush. *Vibraciones*, Feb. 1980 (p.21)

El reportaje **Rockgirls** está ilustrado con una fotografía de la cantante británica, bailarina y productora Kate Bush con semblante pasivo y con sus brazos abiertos otorgando que es un mero objeto literalmente suspendido, del que se nos oculta su cuerpo entero (Ilustración 119). En la imagen resulta imposible leer el nombre situado en la parte inferior con una tipografía inteligible.

La investigadora y dibujante catalana Marika Vila<sup>115</sup> sugiere que el cuerpo, es el primer espacio donde se construyen las identidades, y desde donde cuestionar los estereotipos. En su tesis doctoral trata la genealogía de las mujeres en el cómic y arguye que, en dicha historia, el discurso es el del imaginario masculino desde donde se construye el artefacto mujer como anzuelo de ventas.

Vila menciona que, para atraer a los lectores se ocupa el cuerpo, se hiper sexualiza, hiper erotiza, o se presenta como una excepcionalidad. Aquí, la imagen de Kate Bush es presentada como un ser excepcional, un objeto sin pies, sin cuerpo, sin voz. Su pasividad nos remite a que la miremos como una muñeca inhumana, un cuerpo imperfecto y obediente a los designios de la masculinidad.

No olvidemos que el estereotipo se construye desde la repetición de algo complejo hasta algo simple, en este caso Kate Bush ridiculizándola y reduciendo su cuerpo a un objeto pasivo es la imagen de la subordinación o inferioridad.

 <p>Febrero 1980 Pág. 48</p>	Autor:	Julio Murillo
	Título:	no
	Nombre propio:	Genya Ravan
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	64
	Fotografía:	no
	Estereotipo texto:	mujer objeto

El redactor, Julio Murillo, dedica 64 palabras a la crítica/presentación del nuevo disco de la artista y productora norteamericana Genya Ravan. Se trata de un mensaje confuso ya que el texto da comienzo con una primera frase, donde nos advierte de que Patti (se refiere a la cantante, compositora y poeta Patti Smith) está ocupada en otros asuntos y por tanto, es el momento de centrar nuestra atención en Genya -de quien también omite su apellido-:

<sup>115</sup> Marika Vila, en el contexto del Máster de comunicación y género (UAB). 7/2/2019



“Ahora que Patti parece estar más dedicada a recitar poemas que a componer puedes prestar atención a esta niña terrible y deliciosa, niña de hombros desnudos y sensuales. “Steve” es una balada rockera de amor y tiene trempera, es bonita, marchosilla y puede quedarse contigo. “It’s me” contiene todavía más marcha. No olvidéis el nombre de Genya, dará que hablar.”




Ilustración 120: Genya Ravan. Portada disco de 1979.

Hemos recuperado la portada del disco (Ilustración 120) con el que Murillo ha concluido que Genya Ravan no es más que una **“niña terrible y deliciosa, niña de hombros desnudos y sensuales”**.

Seguramente el inexperto reportero desconocía que Ravan fue una pionera que en 1963 inició el camino para que su grupo, *Goldie and The Gingerbreads*, se trocara en la primera formación de rock femenino que consiguió firmar con una *major* y actuar con *The Rolling Stones*, *The Animals*, *The Beatles*, *The Yardbirds*, *The Hollies* and *The Kinks* (Gaar, 2002, O’Brien, 2002).

Definitivamente Genya Ravan ha dado **“que hablar”**, pero Vibraciones opta por desdibujar su representación informativa mostrándola como una niña terrible de la que solo sabemos que ha escrito una **balada rockera de amor con trempera, es bonita, marchosilla y puede quedarse contigo**.

La nota, vacía de contenido, apela a no olvidarnos del **nombre de Genya**. Seguramente no será así, el discurso del patriarcado del rock especula con atribuir a este cuerpo unos estereotipos que la objetualizan tratándola como un producto comercial.

	Autor:	Jaime Gonzalo
	Título:	"Motelvision"
	Grupo mixto:	The Motels
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	838
	Fotografía:	1 individual, cosificada, grande (9x16).
	Estereotipo texto:	Aspecto físico
	Marzo 1980 Pág. 9	

**Motelvision** es la nota de actualidad que el reportero Jaime Gonzalo ha elaborado sobre la cantante y compositora norteamericana Martha Davis fundadora del grupo *The Motels*, (Ilustración 121) de la que extraemos un párrafo con estereotipos de género sexistas referidos a sus atributos físicos.

En el subtítulo de la pieza obtenemos el tono sarcástico de su crítica: "**No es Martha Davis, es la abuela de la portada**".


**"Es la chica que canta y en ocasiones esgrime la rítmica. Una mujer moleestamente segura, que va llenando el espacio catódico con su mirada dura, con su rictus de ex-teenager oficial pasada a crooner. Camina lentamente, casi todo lo hace lentamente. Oscureciendo, con cada uno de sus movimientos, todo lo que la rodea, hasta su presencia, se hace única. Reflejando en sus retinas el peso de las historias que canta. Con algo de insinuante en su imagen. Sin dar opción para considerarla cantante de rock. Una *Lauren Bacall* con la botella de Bourbons al lado, contando historias de amor."**



Ilustración 121: Martha Davis & The Motels. Contraportada álbum "Motels" de 1979

Martha Davis obtuvo su primer contrato discográfico con Capitol Records en 1979, y un año después, afrontó una batalla contra el cáncer. ¿Será este el motivo de su lentitud, de mostrarse moleestamente segura? Y su mirada dura, ¿es un reflejo de su maternidad a los 15 años y el suicidio de su progenitora 4 años después?

Gonzalo descalifica e invisibiliza a Davis como sujeto, primero la compara a una quinceañera, infantilizándola, y después concluye que no se la puede considerar una cantante de rock suprimiendo su agencia humana y enmascarando sus aptitudes profesionales. Finalmente, Gonzalo, mediante una figura estilística, la compara a una actriz que bebe Bourbon(s). Comprobamos que la actitud misógina del redactor redundante en un sesgo de género silenciando los logros de Davis.

 <p>Marzo 1980 Pág. 12</p>	Autor:	Jesús Ordovás
	Título:	"Otra chica nueva. Una rubia de clase bien o así, así..."
	Nombre propio:	Ellen Foley
	Género:	Reportaje
	Palabras:	981
	Fotografía:	individual, cosificada, grande (19x9'5) sin subtítulo
	Estereotipo texto:	Mujer objeto, mujer vicaria

El crítico Jesús Ordovás es el autor del artículo: **"Otra chica nueva. Una rubia de clase bien o así, así..."** acompañado de un titular que omite el nombre y apellidos de la entrevistada centrandolo en su aspecto físico y sus antecedentes sociales, estereotipos asimilables con la objetificación de la mujer. Al mismo tiempo en dicha crítica el periodista incurre en el estereotipo de mujer vicaria.

El argumento se basa en justificar las dificultades con que las mujeres tropiezan en la difícil tarea de alcanzar el éxito comercial en el rock utilizando como ejemplo la carrera artística de Ellen Foley. Los fragmentos seleccionados son transcripciones de la entrevista original y contienen palabras en mayúsculas.

**"Hoy, hasta los chiitas saben que no es fácil para una mujer llegar a ser algo por sí mismas en el mundo del ROCK" ... "para conseguir ser aceptada en un circo...hace falta tener REFERENCIAS".**  
**"... Prácticamente todas las estrellas vivas y desaparecidas necesitaron en su día uno o varios padrinos... no digamos para una tía... Entrar por la puerta de un manejador no es difícil sobre todo si una está bien. Pero otra cosa es moverte a tu aire y hacerte un sitio propio entre las Superestrellas".**


En el espacio de una página (981 palabras) discernimos que cualquier logro de Ellen Foley es atribuido a sus **"padrinos"** y a su manera de **"moverse"**. Ordovás se sirve de la mención **"entrar por la puerta de un manejador"**, término que concierne a los *gatekeepers* de la industria, insinuando que **"si una está bien"** el peaje que tendrá que pagar **"no será difícil"**. Goldman (2019) concede que esta prebenda es común en la industria: "Within show business, we are often regarded as replaceable fresh meat, best consumed when young" (2019, p. 11).

Foley, por el hecho de haber escogido actuar en la esfera pública, no es meritoria de talento propio y por tanto Ordovás le atribuye un tratamiento vicario calificándola como **“la chica de MEAT LOAF”**. El periodista ha concedido, al cantante y actor norteamericano *Meat Loaf*, el protagonismo para hablar de ella, expresando la oportunidad y conveniencia de que gracias a su colaboración, él le ha abierto puertas: **“Una de esas puertas fue la del despacho de un tal Popovich...”**, una maniobra asimilable a presentarla como vicaria para justificar su éxito.

En el relato se insiste en una representación informativa diferenciada que desautoriza las capacidades de Ellen Foley: **“Entre los dos le dieron canciones, ideas, músicos... o sea, todo”**. Con cada frase, con cada persona interpuesta -Ian Hunter, Mick Ronson-, consigue alejarnos más de la protagonista de la historia previamente omitida en el titular y ajena al grupo hegemónico: **“Otra chica nueva. Una rubia de clase bien o así, así...”**. En el párrafo siguiente observamos un tratamiento de mujer vicaria, pero en esta ocasión un poco diferente, ya que se la compara a un hombre, camuflando de nuevo su valía:

**“Ellen Foley, una RUBIA DE CLASE BIEN, O ASÍ QUE HABÍA DEJADO SU TRANQUILA VIDA FAMILIAR EN UN SUBURBIO CERCANO A NUEVA YORK” (...)** **“con miras a hacerse una especie de Bruce Springsteen en tía”**.

Gudmundsson, Lindberg, Michelsen and Weisethaunet (2002), en su discusión sobre la nueva crítica musical británica, consideran que efectivamente el “nuevo periodismo”, el reporterismo *Gonzo* de Lester Bangs y los estilos de algunos reporteros de NME, constituyeron puntos de inflexión en las nuevas tendencias. La prensa musical española, y en concreto publicaciones como *Vibraciones*, las adoptaron como referentes con la vehemencia de ver transmutados a sus informadores en *rock stars*: “It opened the door to a new breed of critics, who in a few years were to shake the authority of the critical orthodoxy” (..) New writing styles incorporated avant-garde strategies like cut-up, collage, and stream, of consciousness. Interviews tended to focus as much on the star journalist as on the music star” (2002, p. 55).

	Autor:	desconocido
	Título:	no
	Fotografía:	grande (21x28)
	Estereotipo foto: Fragmentada, cosificada	
Abril 1980 Pág. 4		

La siguiente imagen (Ilustración 122) se ha cuantificado en el cómputo cuantitativo de las imágenes de Vibraciones a pesar de tratarse de una ilustración. El contenido es compatible con un reclamo publicitario -sin autoría- en la apertura de la revista (página 4), y es una representación fragmentada y cosificada de la mujer que merece ser tenida en cuenta en el análisis cualitativo con perspectiva de género para obtener una mejor comprensión de la ideología de la publicación estudiada.

Dicha ilustración reproduce los cuerpos de doce mujeres desnudas arrastrándose en actitud desolada mientras un hombre de pie, vestido -y ajeno a su dolor-, sostiene un micrófono en una mano, y en la otra un ejemplar de Vibraciones del mes en curso. Dado que está fechada en 1980, en el contexto político y social de la postdictadura franquista, podemos argumentar que fue un momento en el que la sociedad aspira a escribir una nueva identidad nacional, moderna, y romper con el puritanismo. “La lúdica expresión y exuberante sexualidad de aquellos años se ha explicado a menudo como la necesidad de liberar una libido social que en general podemos asumir que se encontraba reprimida o restringida” (Vilarós, 2018, p. 253).

La libido latente de la redacción de Vibraciones enmascara su machismo con una representación actualizada de la iconografía cultural de dominación del patriarcado, el sistema que oprime y explota a la mujer.

Es un voyerismo controlado por una mirada alejada, transmitiendo otredad. Parafraseando a Simone de Beauvoir: “Men, in defining themselves as “the One”, position women as “the Other” (Pilcher and Wheleland, 2017, p. 96).

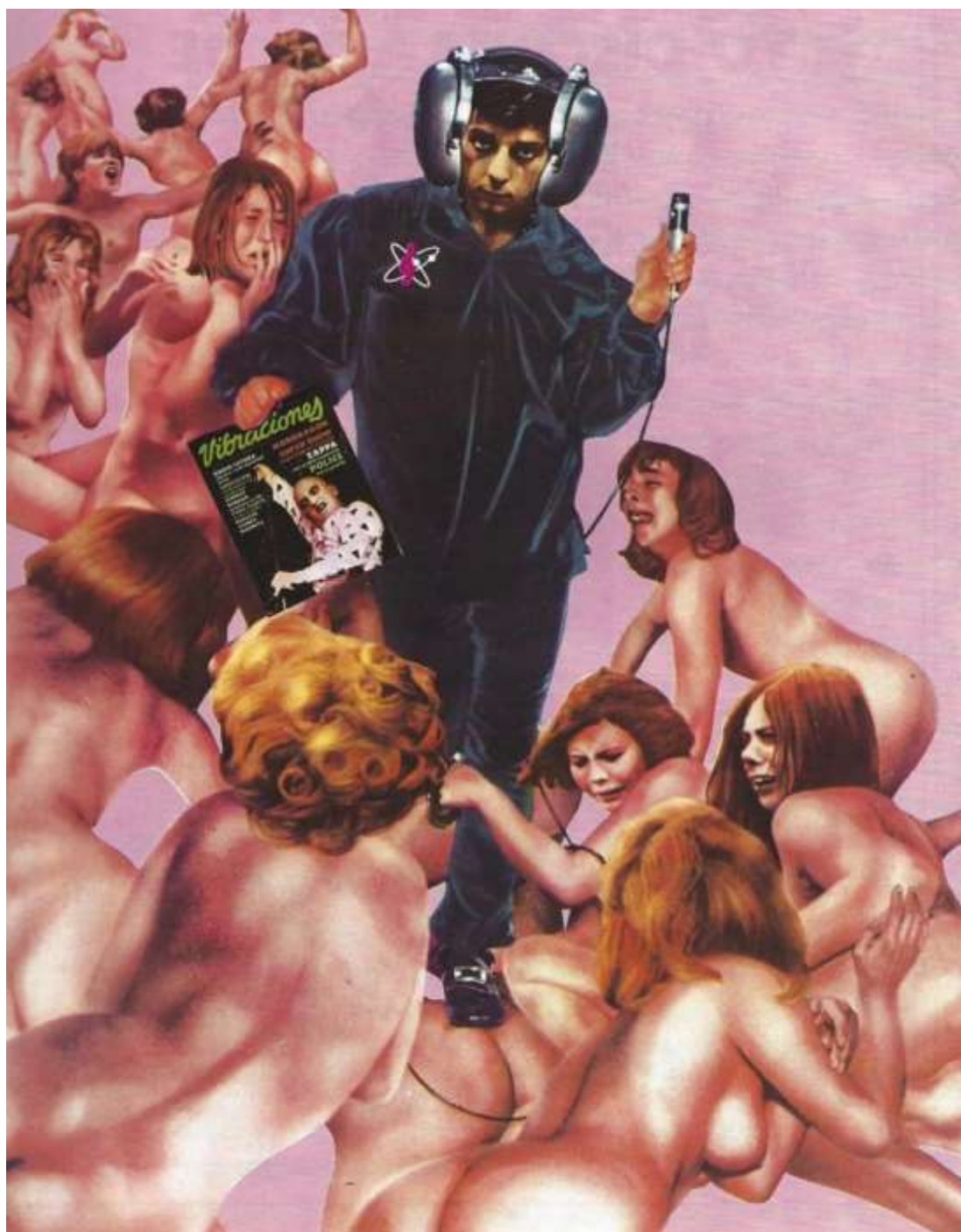



Ilustración 122: *Vibraciones*, Abril 1980 (p.5)

La ilustración es la expresión sexista que refleja la subordinación de la feminidad mientras la masculinidad se define como superior. El cuerpo femenino aparece despedazado, fragmentado y parcelado contrastando con el del hombre que actúa completo. Bengoechea (2006) considera que el tratamiento que reciben las mujeres por parte de los medios como grupo inferior, subordinado, denigrado, recibe el nombre de aniquilación simbólica -termino que acuñó Gaye Tuhman en 1978- y es un rasgo presente en la mayoría de las prácticas hegemónicas en el discurso público.

En la cultura española la aniquilación simbólica femenina se realiza a través de una serie de prácticas que se pueden resumir en su ausencia de discurso y en su consideración de ser subordinado inferior mediante: a) su adscripción por encima de todo al mundo doméstico, íntimo y familiar y b) su conversión en objeto visual erotizado en fragmentos como parte de su reificación. (Bengoechea, 2006, p.27)


 <p>Abril 1980 Pág. 52</p>	Autor:	Mariscal Romero
	Título:	no
	Grupo mixto:	Alaska y los Pegamoides
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	52
	Fotografía:	no
	Estereotipo texto:	Aspecto vida pública

La frase que Mariscal Romero dedica a Alaska (su nombre real es Olvido Gara), líder de Alaska y los Pegamoides es una de las muchas pequeñas notas que la crítica musical de la publicación reserva a las mujeres. Recordemos que únicamente un 9'5% de los contenidos están protagonizados por mujeres. En este caso se trata de una nota de actualidad de 52 palabras:

**El "morro" que Alaska le echa a su rolo es increíble. Tan graciosa resulta con su guitarra en el escenario como mala cuando intenta sacar algo de sus cuerdas".**



Se trata de una mujer “graciosa” y “mala” guitarrista. Le otorga el calificativo de graciosa para mofarse de su hazaña; osar enfrentarse a la jerarquía del rock con su guitarra, una vez más invisibilizando su iniciativa o su incipiente carrera. Esta práctica androcentrista asume las experiencias de los hombres como la norma y las de las mujeres como una desviación de esta norma por una especificidad de su sexo.

 <p>Mayo 1980 Pág.12</p>	Autor:	no
	Título:	La alegría de la vuelta
	Grupo mixto:	Lole y Manuel
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	114
	Fotografía:	8'5 x 17
	Estereotipo foto:	Aspecto vida privada

La fotografía que presentamos como un estereotipo de la vida privada (Ilustración 124) ilustra la sección Zum de noticias de actualidad. La pieza, con el título “La alegría de la vuelta”, glosa los logros de la pareja formada por Lole y Manuel, exponentes del nuevo flamenco, y ahonda en sus proyectos actuales, en especial la aparición de su cuarto disco “Al Alba con alegría” del cual mostramos la portada original (Ilustración 123).

La imagen parece formar parte de una serie promocional que acompañó a la publicación del disco y remite a un fotomontaje artístico. Vibraciones optó por la publicación de ésta eximiendo probablemente una circunstancia de actualidad. La familiaridad de la imagen normaliza los cuerpos gestantes y la eventualidad de ser padres, la razón que justifica la pausa de dos años en su trayectoria artística.


La función del estereotipo, mostrando un aspecto de la vida privada de la pareja en este caso, es referencial pero también ideológico, expresa un consenso social al tiempo que actúa sesgando nuestra percepción y reduciendo la complejidad a un efecto de la biología y de la cultura.



Ilustración 123: Portada álbum "Al Alba con alegría" de Lole y Manuel, 1980.



Ilustración 124: Lole y Manuel. Vibraciones, Mayo 1980 (pag.9)


 <p>Mayo 1980 Pág. 11</p>	Autor:	Jesús Ordovás
	Título:	“La ciudad de las mujeres”
	Grupos mixtos:	The Selecter, Pearl Harbour
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	641
	Fotografía:	2 grandes (8'5x11'5, 13x8'5) subtituladas, activas.
	Estereotipo texto:	Aspecto físico

“La ciudad de las mujeres” es el artículo de Jesús Ordovás cuya finalidad, entendemos, es el de designar a grupos actuales con mujeres al frente. Con este propósito el periodista esgrime el subterfugio de imaginar un concurso con el que atrapar al lector/a, y denostar e infantilizar a las protagonistas. Hemos reproducido su contenido exacto con incorrecciones ortográficas y mayúsculas:

**¿No veis chicas solitarias, más bien bellas y neumáticas rodeadas de chicas Alfa, Beta y Gamma? Son Blondies en distintas posturas, con diferentes peinados y ropas. Pero Blondies al fin y al cabo (Gamma más, gamma menos). El Consejo Supremo de Control de Iniciativas Artísticas ha dado el visto bueno a la movida: LA CHICA DELANTE /LOS CHICOS DETRAS.... " (...) “.. la gente joven es más feliz viendo la chica delante y los chicos detrás...”, “CHICA UNO, CHICA DOS, CHICA TRES, CHICA CUATRO, CHICA CINCO” ...**

Los factótums de dicha iniciativa son el “Consejo Supremo de Control de Iniciativas Artísticas” y “Los equipos de Sicología sintética de la Industria Discográfica” apelando a unas figuras ficticias asimilables a los *gatekeepers* en la concesión de ciertos privilegios: admitir a las mujeres como creadoras auténticas.

Una vez más, la visión androcéntrica confluye con la sexista y en la aniquilación simbólica femenina apelando al subconsciente colectivo con expresiones generalistas como “chicas solitarias” “más bien bellas y neumáticas rodeadas de chicas Alfa, Beta y Gamma”. Su opinión, engendrada en base a una teoría imaginada, es que “La ciudad de las mujeres” debería estar constituida por mujeres liderando grupos y pone ejemplos y pistas para adivinar “el bonito juego de la chica delante, los chicos detrás”. El objeto último es abonar el terreno para naturalizar una violencia de género simbólica mediante las palabras y el discurso.

 <p>Mayo 1980 Pág. 13</p>	Autor:	Diego A. Manrique
	Título:	"La rosa judía"
	Nombre propio:	Bette Midler
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	133
	Fotografía:	1 individual, ojos cerrados, pequeña (7x8'5) subtitulada 1 individual ojos cerrados pequeña (8'5x6)
	Estereotipo texto:	Aspecto físico
Estereotipo foto:	Ojos cerrados	

El título de esta nota de actualidad es "**La Rosa Judía**" alude tangencialmente a la película "**La Rosa**", protagonizada por Bette Midler en 1979 y basada en la vida de Janis Joplin. La capacidad interpretativa de Bette Midler la hizo merecedora de una nominación al Oscar, así como el honor de ganar un Golden Globe como mejor actriz pero el periodista ha escogido iniciar su nota con adjetivos como **gordita**, además de **rubia**, **pelo rizado**, **rechonchita**, **simpática** y **judía**.

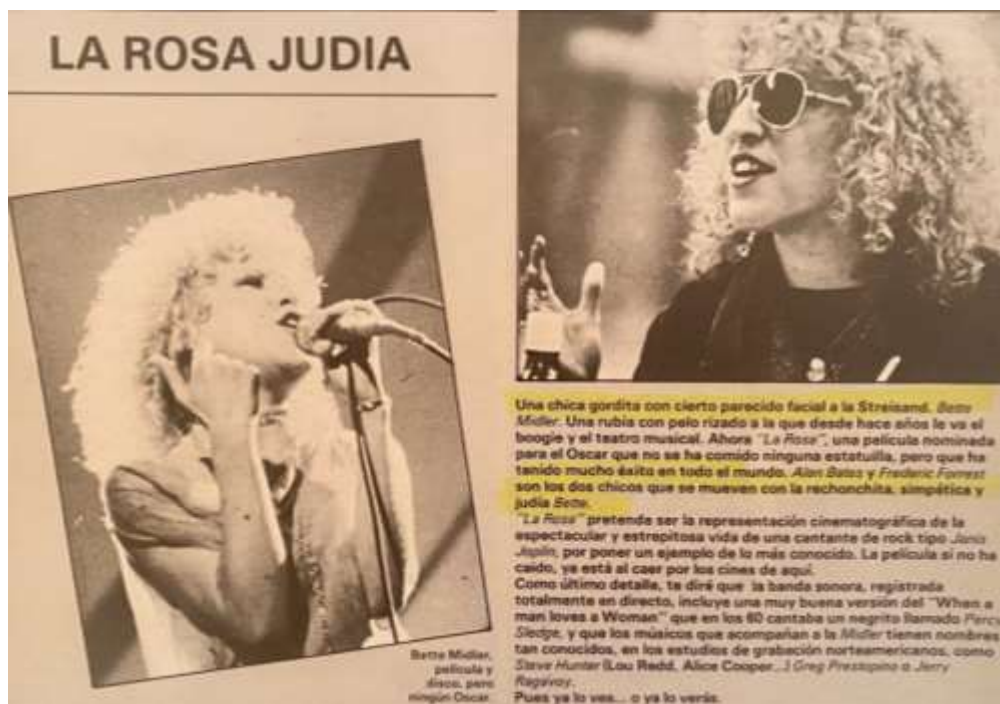


Ilustración 125: Bette Midler. Vibraciones, Mayo 1980 (p.13)

**"Una chica gordita con cierto parecido facial a la Streisand; Bette Midler. Una rubia con pelo rizado a la que desde hace años le va el boggie y el teatro musical. (...). Alan Bates y Frederic Forrest son los dos chicos que se mueven con la rechonchita, simpática y judía Bette..."**


Vibraciones ha ilustrado la breve nota con dos imágenes de Midler en las cuales se nos oculta su mirada, enmascarando su agencia (Ilustración 125). Esta ocultación, reduciéndola a nada, es una manera de fragmentarla y excluirla, lo que no se ve no se nombra, no existe. Llamar a Bette Midler "gordita" es incurrir en una falsedad, es censurarla por tener un cuerpo imperfecto, no normativizado, aunque en la realidad Midler es una mujer de talla estándar como queda patente en la Ilustración 126. La robustez que Manrique atribuye a Midler es un adjetivo insultante que encarna una mirada de violencia simbólica.



*Ilustración 126: Bette Midler, 1979*

El calificativo del titular **Rosa judía o simpática y judía Bette**, referido a su credo religioso, es utilizado como un prejuicio jerárquico despectivo, en definitiva, un estereotipo contra la diversidad.

El discurso es un reflejo de cómo el lenguaje es utilizado como herramienta de poder. La victimización de su cuerpo, mostrando a Midler como un ser subordinado e inferior es la encarnación de la misoginia. Silenciar las voces y logros de las mujeres, construir alteridad es ejercer opresión por razón de género, un cometido que las publicaciones musicales como la que analizamos han llevado al límite.

 <p>Mayo 1980 Pág. 15</p>	Autor:	Diego A. Manrique
	Título:	"La Antena exterior"
	Nombre propio	Grace Slick, Linda Ronstadt
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	106, 58
	Fotografía:	no
	Estereotipo texto:	Aspecto físico

La sección "La Antena Exterior" inicia sus notas de actualidad con este párrafo combinando tipografía en mayúsculas y en minúsculas:

**"GUAPETONA, MADURA, SALUDABLE, está nuestra bienamada reina ácida, GRACE SLICK, en la Caratula de "Dreams", su primer LP desde su sonado divorcio del Navío Espacial Jefferson. Claro que si le enseñamos lo que RCA española ha hecho con "Sunfighter", la pobre vuelve otra vez al alcohol..."**

El uso de adjetivos calificando a Slick de bienamada, guapetona... indican una familiaridad que enuncia una asimetría en la representación de género de los varones. ¿Llamaríamos guapetón, maduro y saludable a Quincy Jones, o a Elton John?

En 1980, la compositora y cantante norteamericana Grace Slick (Ilustración 127) tenía 41 años, "**madura**" -a los ojos del periodista- pero "**guapetona y saludable**". A los 46 años (16 noviembre 1985), obtuvo la distinción de convertirse en la mujer de más edad en encabezar las listas *Billboard 100* y alcanzar el número 1, hazaña que repitió a los 47 y fue superada por Cher en 1999 a los 53 años. La madurez es una sanción de género para la mujer a partir de los 50 años, y es significativo que al intérprete Tony Bennett le fuera concedida los 85 años, celebrados en 2011.



Ilustración 127: Grace Slick, álbum "Dreams" de 1980

Con el apelativo de **"La reina ácida"**, Manrique pretende remarcar que Slick posee un don, pero también enfatiza que debido a ciertas decisiones comerciales de la discográfica quizás "vuelva otra vez al alcohol", sancionándola y cuestionando sus logros. La influencia y el legado de Slick es incuestionable en la evolución de la música psicodélica en los años 60 en la Costa Oeste norteamericana.




Mayo 1980  
Pág. 20

Autor:	Oriol Llopis
Título:	"Vibratest"
Nombre propio:	Patti Smith
Género:	Cotilleos
Palabras:	27
Fotografía:	no
Estereotipo texto:	Aspecto vida privada

La revista Vibraciones publica mensualmente Vibratest, un test de competencia sobre el mundo del rock. Esta sección propia de una categoría menor ha sido excluida del cómputo de estereotipos pero nos ha parecido significativa incorporarla al análisis con perspectiva de género dado que su contenido se erige como una concesión misógina humorística. **“Just for fun”** demuestra que la ejecución de la discriminación de género con un semblante irónico -y desde ventanas informativamente insustanciales como un test- no es necesariamente inocua:

**“Patti Smith se ha metido en la cama con todos estos señores... menos con uno. ¿Cuál de ellos es el desafortunado?”.**

Las 4 respuestas posibles son: **Tom Verlaine, Freddie Smith, Allan Lanier, Oriol Llopis (famoso Rock-Kritik)**. El propio autor del test, Oriol Llopis, se incluye en la lista y no deja dudas que él es el desafortunado *Rock-Kritik*, y único hombre, con el que Patti Smith no se ha relacionado. Smith, es la única mujer a la que se alude en las 10 preguntas del test y en este caso se naturaliza el discurso sexual sancionador. Llopis maneja un mecanismo reductor de la mujer a un ámbito privado desde donde controlar la jerarquía sexual mediante la denigración simbólica de lo femenino (Bengoechea, 2006).


 <p>Mayo 1980 Pág. 43</p>	Autor:	Diego A. Manrique
	Título:	“La famosa movida británica”
	Nombre propio:	Lene Lovich
	Género:	Reportaje
	Palabras:	175
	Fotografía:	1 individual, activa, mediana (6x9'5) con subtítulo.
	Estereotipo texto:	Aspecto físico

En el reportaje “La famosa movida británica”, Diego A. Manrique informa sobre el concierto *Europe Rock 80* en los suburbios de París donde, entre otros grupos, actúa la cantante y compositora británica-norteamericana Lene Lovich a quién le dedica 175 palabras y entre las cuales destacamos:

**“El show de la Lene no es ofensivo. Es hasta jocoso contemplar esa especie de espantapájaros con coletas evolucionar sobre el escenario...”**



El periodista se sorprende de que el show de **“la Lene”** no sea ofensivo, sino que argumenta que la banda es sólida y efectista tanto instrumental como audiovisualmente. El modismo **“la Lene”** -de cariz castizo y familiares despectivo, un término que reproduce una construcción de género diferente para el hombre. Lejos de utilizar su nombre propio, el periodista se enaña con el insulto cuando afirma que la actuación jocosa de **“esa especie de espantapájaros con coletas”** es recomendable: **“no te la pierdas cuando actúe en tu pueblo”**. La humillación verbal desposee a Lene Lovich de credibilidad y la relega a un ser sin agencia.

 <p>Junio 1980 Pág. 44</p>	Autor:	Jordi Beltrán
	Título:	no
	Grupo mixto:	Pretenders
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	403
	Fotografía:	1 carátula, activa, mediana (8'5x9) sin subtítulo.
	Estereotipo texto:	Aspecto físico

El periodista Jordi Beltrán es el autor de la crítica del disco de debut de la banda británica-norteamericana de rock The Pretenders formada por su compositora, cantante y guitarrista Chrissie Hynde en 1978

**“Chrissie Hynde, una chica con aspecto duro y emprendedor, sin caer en los radicalizados términos feministas, va repartiendo bronca a lo largo de todas las piezas, recordando en más de una ocasión a otra voz de chica que todavía no recuerdo cuál es...”**.

El articulista se refiere a Hynde como **dura y emprendedora**, alejada de los estándares del feminismo radical, pero, desafortunadamente, este hecho no la legitima para ser única y original ya que **“le recuerda a alguien a quien todavía no recuerda”**, contradicción que evidencia un trato desfavorable hacia la artista norteamericana.


De nuevo se apropia de una comparativa, ahora de carácter punitivo respecto a otra mujer, en este caso contra Patti Smith:

**“...Cuando escucho Pretenders pienso en lo bien que se lo podía haber montado Patti Smith si no hubiese llorado tanto. Toda una lección de dureza con melodía. Mucho mejor que la mayoría de las bandas con chica que corren hoy por estos mundos...”**

Aduce que el comportamiento de Hynde, las cualidades que la identifican con el modelo hombre -dureza, emprendedora- le han sido útiles, mientras que Smith, instalada en un estilo que el periodista relaciona con el lamento, ha tenido menos éxito. El arquetipo al que Beltrán hace referencia es un estereotipo de género, asocia a Smith con un modelo de mujer a la que el éxito no le ha sonreído por “llorar tanto”, otorgando que Hynde le haya dado una lección de dureza, pero **“con melodía”**. El aleccionamiento alcanza una conclusión: Hynde lo hace mejor que la mayoría de las bandas **“que corren por estos mundos”**. Una alegoría que nos remite a la peligrosidad del mundo para bandas con chica, ignorando que The Pretenders, más allá de una banda con chica, es una banda establecida por una chica. Por último, el periodista, recurre al infantilismo con el uso del nombre femenino “niña”:

**“...La cara B introduce elementos de cierto lirismo pop en los que la voz de la niña recorre terrenos mucho más cálidos y vacilones”.**

Constatamos que el abuso del sustantivo “niña” (persona de poca edad), pretende otorgar un trato cariñoso en su mayoría de casos a las mujeres, pero en la lectura con perspectiva de género de dichas expresiones, adquiere una inflexión vulgar y que naturaliza un sometimiento verbal hacia la mujer.

	Autor:	Ray Bonici
	Título:	“Melodías Animadas”
	Grupo mixto:	Pretenders
	Género:	Entrevista
	Palabras:	2613
	Fotografía:	3 en grupo y activa, grande (23x18'5) con subtítulos.
	Estereotipo texto:	Aspecto físico
	Julio 1980 Pág. 22,23,24	

El contenido de la entrevista de Ray Bonici a la cantante, compositora y guitarrista norteamericana Chrissie Hynde al frente de su banda, The Pretenders, transmite estereotipos de género sexista. Bonici la presenta con esta frase: **“una chica como voz solista que es una preciosidad”** y continúa **“Esta muchacha de aspecto agitado y perenne chaqueta de cuero es oriunda de Akron...”**.

Las imágenes que acompañan a la entrevista (Ilustración 128) muestran a Chrissie Hynde como una mujer no sexualizada. En la Ilustración 129, vemos a Hynde ataviada intencionadamente como uno de “ellos” para no desviar la atención a sí misma y en la página contigua una tercera fotografía donde esconde su rostro de forma deliberada.

“Si las mujeres optan por la identificación con el rol de género masculino (...) serán calificadas de ambiciosas, duras, frías, inflexibles e implacables” (Gallego, 2013, p.78).



*Ilustración 128: Pretenders. Vibraciones, Julio 1980*



Ilustración 129: Pretenders. Vibraciones, reportaje Julio 1980

En la primera declaración de la entrevista, Chrissie Hynde emite un alegato que aleja al entrevistador de asumir roles equivocados:

**Chrissie Hynde: De ningún modo se puede considerar a esta banda como el grupo de Chrissie Hynde más unos cuantos músicos de apoyo. Rotundamente no. Ninguna de mis canciones sonaría como lo hacen ni por lo más remoto si no tuviera el acompañamiento de los chicos de la banda. En lo que a mí me concierne, me parece del todo irrelevante el que yo sea chica y líder. El sonido no tiene demasiado que ver conmigo y solo soy el cuarto de los miembros”.**


Hynde emigró a Londres en 1973, ciudad donde coincidió con “el promotor del punk Malcolm McLaren quien ha pensado en meterla con The Loveboys y Richard Hell a condición de que se corte el pelo y vista como un hombre”. ¿Es este el motivo por el que rechaza sexualizarse asimilándose a un rol femenino que la cosifica?

Bonici apunta que: **“por su charla se deduce que es algo estirada”**, implicando que la traición la inhabilita desnaturalizándola y condena el hecho que escoja la indumentaria masculina sancionándola, cuestionando sus habilidades. Hynde, con su larga experiencia sobreviviendo en el masculinizado ambiente del rock’n’roll, responde categóricamente a la pregunta del periodista sobre si existe una **“fingida publicidad que se ha erigido en torno a ella como si fuera un paquete del tipo Debbie Harry”**:

“Chrissie Hynde: **No soy de las que pueden ofrecer una conversación de tipo feminista porque este no es mi terreno...**(...) **“soy una chica y eso atrae, pero no creo que ver una chica al frente cause mucha sorpresa de ahora en adelante. Otro asunto es que vean tocar una chica la guitarra tan inmaculadamente como yo...”**.”

Ya en el último párrafo Bonici determina que **“Pretenders tiene la habilidad de traducir en el escenario lo que hacen en el estudio”** pero estima que Hynde no merece una crítica que la ensalce como mujer triunfadora sobre todo cuando le ha subrayado al periodista que “ella conoce su terreno y su instrumento” y es en este factor donde ella quiere acentuar que radica el valor de su música. Como hemos visto en innumerables ejemplos en el estudio de los titulares de la revista, aquellos referidos al hombre precisamente elogian estas virtudes instrumentales, excelencia que en Chrissie Hynde actúa en su contra.

La entrevista concluye con un desesperanzador mensaje: **“Con la excepción del aspecto sexy de Chrissie, la banda no parece muy fuerte, pero el poder que hay tras su música es lo que los conecta con el público”** de nuevo ajustado en recalcar su sanción de género insistiendo en su aspecto físico y desacreditando a su banda.

	Autor:	Jaime Gonzalo
	Título:	no
	Grupo femenino:	The Slits
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	541
	Fotografía:	carátula, cosificada, pequeña (4x4)
	Estereotipo texto:	Mujer objeto
	Julio 1980 Pág. 44,45	

En el análisis crítico del discurso ejemplificamos la que, a nuestro parecer, resume una ofensa misógina y deshumanizada que percibe a las mujeres como seres vanos que deben ser objeto de control (Bengoechea, 2006).

Las valoraciones son autoría del periodista Jaime Gonzalo y se refieren a “Cut”, el primer disco de la banda británica femenina The Slits (Ilustración 130), álbum considerado como uno de los discos más emblemáticos del punk:

**"Siempre he pensado que las mujeres no sirven para gran cosa. Cuando intentan hacer algo, en lo que no participan a menudo, se amparan en su condición sexual y se lo montan de "femeninas". Oh, no voy a escribir un análisis freudiano de la mujer en la sociedad y cosas por el estilo. Pero fíjate en el caso de The Slits. Un trío femenino de los pioneros en aquello del punk. Se ponen de moda y encima van de mujeres"**

Gonzalo matiza la heroicidad de las Slits: **son pioneras, se ponen de moda y encima van de mujeres**, otorgando que su éxito no se atribuye a sus méritos, sino a una condición sexual de la que el abomina. El lenguaje transmite la visión androcéntrica del patriarcado cuyos privilegios se ven amenazados por el excesivo reconocimiento otorgado a The Slits por parte de los *media gatekeepers* y nombra a dos publicaciones de prestigio:

**"The Slits son tres tías inglesas que musicalmente no dejan de ser empedernidas amateurs, como lo son muchas bandas masculinas. Sin embargo, a ellas, se las ha reconocido excesivamente" (...)** “el NME o el New Yorker les dedican toda clase de halagos, reportajes y fotos. Fotos en las que aparecen con falditas, trenzas, sombreros y otros ornamentos. Subrayan descaradamente que son MUJERES y los críticos se fijan más en eso de: “Hostia, unas tías tocando punk”. Les importa más que son tías, que como tocan”.

Ciertas expresiones degradan los logros de las protagonistas, presuponiendo que *The Slits* son un grupo de muñecas que visten **“falditas, trenzas, sombreros y otros ornamentos”**, como si el ritual de la performatividad fuera una exclusividad masculina. La expresión subjetiva de Jaime Gonzalo es una visión sexista y androcéntrica de la mujer, explicita un mensaje con un imaginario que enuncia una supuesta universalidad masculina heterosexual, con el derecho a juzgarlo todo, naturalizando el dominio del varón como “el que sabe” (Bengoechea 2015). Gonzalo asume que la música de *The Slits* es original y que **“independientemente de su female-look, son un grupo con ideas, y lo que es mejor, estas se pueden desarrollar más todavía”**.



Ilustración 130: *The Slits* (U.K) en activo entre 1976-1982

El término “slit” se define -en *Urban Dictionary*- como “degrading word to refer to women” y se traduce del inglés como hendedura. La hazaña *The Slits*, como banda femenina pionera punk, no fue solamente la elección de un nombre con resonancias disidentes, sino presentarse como mujeres liberadas en una portada (Ilustración 131) -hoy icónica- donde aparecen *topless*, y cubiertas de barro, y que claramente -como Gonzalo plasma en su crítica-, les garantizó una sanción de género por desviarse de las normas. “Largely, the culture rejected the Slits for diverging from the traditional standards of beauty” (Cogan, 2012, p.121).

En palabras de Viv Albertine, fundadora de la banda: “We knew, since we had no clothes on, that we had to look confrontational and hard. We didn't want to be inviting the male gaze”<sup>116</sup>.

---

<sup>116</sup> Sullivan, C. (2013, June 24) How we made Cut (the Slits). *The Guardian*. Recuperado Febrero 2020, de: <https://www.theguardian.com/music/2013/jun/24/how-we-made-cut-the-slits>.




Ilustración 131: The Slits, "Cut" álbum de 1979

Uno de sus temas más famosos fue el tema *Typical Girls* un alegato donde aúnan su sonido crudo mezclado con ira y rebeldía y conservando su personalidad haciendo presente como eran las relaciones de género en el punk. *Typical Girls* describía a las mujeres típicas: "no crean, ni se rebelan, tienen intuición, pero no se deciden. Se enfadan a menudo y no pueden controlarse. Son confusas y reconocibles, pero impredecibles (y predecibles). Intentan con fervor ser típicas y buscan, pero caen deslumbradas, compran revistas y se sienten como un infierno. Las chicas típicas no se preocupan por las manchas, la grasa, ni los olores naturales. Sino por falsos olores furtivos. Intentan ser típicas, no crean, no se rebelan, tienen intuición y no conducen bien, ni saben escoger su ropa, son sensitivas y emocionales. Típicas".

The Slits, como muchos otros grupos noveles, fueron objeto de fraude por parte de las discográficas quienes después de reeditar su álbum en formatos digitales y hasta en vinilo con motivo del 40 aniversario del punk en 2016, han omitido el pago de royalties.




 <p>Julio 1980 Pág. 48</p>	Autor:	Ignacio Juliá
	Título:	no
	Grupo mixto:	Rachel Sweet
	Género:	Entrevista
	Palabras:	360
	Fotografía:	carátula, pasiva, pequeña (4x4), sin subtítulo
	Estereotipo texto:	Aspecto físico

En la crítica del segundo trabajo de Rachel Sweet, el periodista Ignacio Juliá presenta a “**Rachel Dulce**”, una cantante norteamericana de Akron con “**portentosas dotes de canto**” a quién en el transcurso de las 360 palabras prescinde de nombrarla, sólo hace uso de su apellido traducido al español, y la compara con figuras retóricas:

**“Para empezar, las cuerdas vocales de la jovencita esta producen unos sonidos realmente bonitos.”**

El vocabulario utilizado transmite emociones que difieren por el estereotipo -cuando se refiere a una mujer- y que se basan en emociones que no transmiten acción sino pasividad, ella es objeto, no actúa. Se refiere Rachel Sweet como “**la jovencita esta**”, un uso verbal despectivo que determina subordinación. Si cambiamos el sexo de referencia, la asimetría es ostensible.


 <p>Agosto 1980 Pág. 5</p>	Autor:	Damián García Puig
	Título:	no
	Grupo mixto:	Blondie
	Género:	editorial revista
	Palabras:	68
	Fotografía:	no
	Estereotipo texto:	Aspecto físico

El texto que analizamos seguidamente es parte de la editorial de la revista donde D. Garcia Puig detalla los contenidos del ejemplar 71 -correspondiente a agosto 1980- de la publicación:

**“A continuación una entrevista con la niña de los pelos de oro: Deborah Harry y su banda, es decir Blondie. Debbie está cansada de que sólo se fijan en ella y se olviden de los demás. Aunque la verdad es que con lo mona que se pone la criatura es lo normal. ... Las fotos son como para te las cuelgues en la pared de tu cuarto... por lo menos.”**

Este ejemplo es una muestra de la construcción de un estereotipo de género que, en el caso de Deborah Harry, se refuerza con un léxico a base de adjetivos **“niña de pelos de oro”** y adverbios evaluativos **“con lo mona que se pone la criatura es lo normal”** que, de forma sutil, la cosifican y acaban por discriminarla disminuyendo la agencia del personaje. La reescritura de esta frase cambiando el sexo del referente y manteniendo las imágenes que el periodista utiliza en la comparación resultan en una frase insólita y jocosa.


Deborah Harry refleja es sus recientes memorias la dificultad de ser respetada en el negocio de la música: **“Being a women in this business when I started was not helpful. I know there is misogyny. It’s a man’s world”** (Harry, 2019, p.343).

 <p>Agosto 1980 Pág. 15</p>	Autor:	Diego A. Manrique
	Título:	no
	Grupo mixto:	Bebe Buell
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	48
	Fotografía:	no
	Estereotipo texto:	Aspecto vida pública

La sanción de género se utiliza en la siguiente frase con el objetivo de transmitir una visión sesgada y subjetiva de la protagonista de la información, la cantante y modelo norteamericana Bebe Buell: **“Bebe Buell, groupie de alta categoría, anuncia un disco de versiones...”**.

*Groupie* es un término peyorativo, asimilado a una persona obsesiva -mujer en este caso- respecto a figuras públicas, según la acepción de Oxford Dictionary: **“A young woman who regularly follows a pop group or other celebrity, especially in the hope of having a sexual relationship with them.”**

Cuando, en algunos casos, un hombre actúa como *groupie*, es considerado un seductor afortunado. Patricia Godes, periodista colaboradora de la revista *Vibraciones* en 1980, recuerda que en la redacción de la revista “cuando había que entrevistar a una mujer, si eran guapas iban ellos”<sup>117</sup>. De nuevo, el patriarcado construye a medida sus propias narrativas en las que otorga a la mujer un papel de consumidora no auténtica, no son sujetos, sino que la atención se centra en su atractivo físico o vida sexual/pública como hemos comprobado en el cómputo de estereotipos.

	Autor:	Jaime Gonzalo
	Título:	no
	Grupo mixto:	Jane Aire and the Belvederes
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	318
	Fotografía:	carátula, activa, pequeña (4x4)
	Estereotipo texto:	Aspecto vida privada
Agosto 1980 Pág. 49		


El periodista Jaime Gonzalo se ha inspirado en una metáfora poética para comparar la voz de la protagonista de su crítica discográfica, Jane Aire and the Belvederes, con un gato.

**"Hay una cosa que me encanta, y es toparse con grupos nuevos cuya figura principal es una adolescente americana que canta cosas tan deliciosas como *Tengo el pie sobre el acelerador/Estoy sola aquí en el coche/ Y no puedo hacer más que conducir*. Fascinante. Jane Aire debe tener entre los 18 y los 22 años, una niña como quién dice. Posee una voz de gato convenientemente reforzada y una habilidad para el rock fan-tás-ti-ca..."**

No solamente abusa de una imagen infantilizada, cuestionando su edad (de 18-22 años) y convirtiéndola en una “niña”, sino que contamina el discurso implicando que -como adolescente- no es apta y la muestra como algo pequeño, insustancial. Hay que señalar que, en 1980, Jane Aire había dejado atrás su adolescencia y tenía exactamente 24 años.

<sup>117</sup> Patricia Godes, periodista colaboradora de *Vibraciones*. En entrevista telefónica 27/5/ 2020.

En su justificación emplea asimismo un tono de burla sobre el contenido de las canciones, implicando que son de gran simpleza. Comparativamente, las letras de canciones escritas por hombres y mujeres no son un factor que dirima un género específico, pero, en este caso, Gonzalo, transmite de nuevo una ideología de género dañina y un estereotipo que vilipendia su labor.

 <p>Septiembre 1980 Pág. 12</p>	Autor:	Jesús Ordovás
	Título:	"Bailando con las Mo-dettes"
	Grupo mixto-femenino:	Jane Aire and the Belvederes
	Género:	Crítica conciertos
	Palabras:	403
	Fotografía:	2 activa, una en grupo, otra individual.
	Estereotipo texto: Aspecto físico	

El periodista Jesús Ordovás, en la descripción del concierto del grupo femenino británico *Mo-dettes* en Madrid, adopta un patrón de masculinidad dominante tratando a las mujeres que actúan en la esfera pública como objetos y víctimas indefensas.

**"No me aburrí. Porqué nadie con ganas de divertirse puede negarse a bailar con cuatro chicas, que lo único que pretenden, precisamente, es sacarte a bailar. Y si además se supone que has pagado unas pelias por pasar una noche con ellas, nada más idiota que dejarlas solas a medianoche y en una ciudad extraña..."**


El crítico sanciona a unas chicas que están solas **"en una ciudad extraña"** cuestionando su agencia. El patrón misógino de esta frase: **"si has pagado unas pelias por pasar una noche con ellas"** recuerda a un intercambio sexual, una imagen que, de nuevo, es una asimetría de género que retransmite un prototipo de masculinidad hegemónica. El actor es él, y ellas, sometidas al ojo del narrador, son el objeto observado remarcando la diferencia de género como hecho sancionador; en este caso su atuendo, su comportamiento y su indefensión que son el centro de todas las miradas:

**"Porque las chicas de marras- Ramona, Kate, Jane y June – se sentían un poco bastante fuera de lugar en aquel teatro la noche que yo las vi. Miguel Ángel Arenas se apuntó un tanto sacándolas del lluvioso, turbio y sucio Londres, porque las chicas necesitaban curarse un poco en salud y coger algo de color (sus rostros lo decían). Pero ellas probablemente no esperaban caer de buenas a primeras en un frío y desangelado teatro y ser objeto de miradas serias y examinadoras"**.

Ordovás menciona sus nombres, no sus apellidos, son las “**chicas de marras**”, y “**necesitaban curarse un poco en salud y coger algo de color (sus rostros lo decían)**” escudriñándolas en todo momento, hasta en su tono de piel. Gallego (2012) aduce que la mujer es juzgada como parte de un colectivo de mujeres al que pertenecen, ellos son juzgados con nombres y apellidos que toman sus decisiones.

**“Miguel Ángel Arenas se apuntó un tanto sacándolas del lluvioso, turbio y sucio Londres”.**

Resulta insólito que el periodista deba convertir la ciudad de Londres en un paraje desapacible, solamente si hay un objetivo, y es que, de esta forma, él pueda protegerlas. Ordovás señala y pone de relieve “las acciones de unos y la apariencia o actitudes de otros”, una maraña de “gestos, actitudes, señales, comportamientos, aditamentos... que detallen que son *ellas, las otras, las mujeres* que no forman parte de *nosotros los hombres*” (Gallego, 2012, p. 93-94).

	Autor:	Jaime Gonzalo
	Título:	“Motelmania”
	Grupo mixto:	Martha Davis and the Motels
	Género:	Noticias actualidad
	Palabras:	594
	Fotografía:	1 individual, Cosificada, grande (18x8'5), sin subtítulo
	Estereotipo texto:	Aspecto físico
Noviembre 1980 Pág. 9		

El artículo de Jaime Gonzalo es un decálogo de estereotipos sexistas propios de la visión androcéntrica reafirmando en su privilegio y autodenominándose con la expresión machista del “**sexo fuerte**”.


Entre las 594 palabras empleadas para definir a la compositora y “**vistosa cantante**” Martha Davis, leemos expresiones como “**la Greta Garbo del Rock**”, una de las 4 “**amazonas del rock**” que se distingue por una “**explosiva combinación**” de fotogenia, dotes musicales, modelo *jetset* y magnetismo animal.

"Esa brumosa cabellera oscura. Esos ojos de mirada serena. La voluptuosidad de sus carnosos labios. Un cuerpo tan sereno y delimitado... ¿Es una *play mate*, una *movie star*, una cotizada modelo de Vogue? Sin poderme resistir a sus encantos físicos, incorregible defecto en el sexo fuerte definiría a Martha Davis, la vistosa cantante y compositora de The Motels, como la Greta Garbo del Rock. Un caso sin igual en el archivo de las amazonas del rock. De Blondie se puede decir que tiene un sex appeal destructor, de Chrissie Hynde que posee una indefinible carisma, de Patti Smith que encarna la bisexualidad más tentadora. Pero Martha Davis es algo diferente. Contiene la explosiva combinación de fotogenia cinematográfica, capacidad musical, look de sofisticada modelo jetset y un magnetismo selvático."

En dicho párrafo introductorio apela a un estereotipo de feminidad: "un caso sin igual en el archivo de las amazonas del rock". Y lo ejemplifica con tres mujeres "de apariencia o carácter fuerte y combativo" (según referencia del término Amazona en el Diccionario RAE): **Debbie Harry (Blondie) como sexy y destructora, Hynde carismática y Smith bisexual.**


En los tres casos, las artistas se han significado como mujeres que han adquirido méritos propios, no por dones heredados, pero mediante el léxico nos transmite doble sentidos que cuestionan la legitimidad de estas artistas. Davis, es incluida también en el grupo de amazonas, aunque lo suyo "es algo diferente".

Davis, en 1980, conciliaba su profesión con la maternidad compitiendo por alcanzar los umbrales del éxito de sus congéneres, pero limitada por las demandas en su tiempo, una perspectiva de género que Gonzalo ignora fundamentando su crítica en el magnetismo de una amazona sexualizada.

	Autor:	Oriol Llopis
	Título:	Vibratest
	Nombre propio:	Diana Ross
	Género:	Cotilleos
	Palabras:	28
	Fotografía:	1 individual, pequeña, cosificada (4x9).
	Estereotipo texto:	Aspecto vida privada
Noviembre 1980 Pág. 18		

Retomamos de nuevo una sección no categorizada en los géneros periodísticos pero que repite, como hemos visto anteriormente, la sanción de género. Se trata de la sección **Vibratest**, firmada por el periodista Oriol Llopis, objeto de análisis por el patrón sexista que reproduce en el cuestionario de 10 preguntas sobre actualidad musical. El autor continúa focalizando el reclamo sexual sobre la única mujer del cuestionario de 10 preguntas, la cantante, productora, actriz norteamericana Diana Ross, coronándola como “reina”, una metáfora que utiliza para enmascarar un estereotipo sancionando su vida privada:

**"A que no puedes decirme con quien se lo monta actualmente Diana Ross, la reina de las Supremas?"**

	Autor:	Jesús Ordovás
	Título:	"Scope"
	Nombre propio:	Diana Ross y Grace Jones
	Género:	Crítica discográfica
	Palabras:	445 (Diana Ross), 313 (Grace Jones)
	Fotografía:	2 individual, carátula, pequeña, activa (4x4)
	Estereotipo texto:	Aspecto físico

Jesús Ordovás es el autor de las críticas discográficas de los nuevos trabajos de la cantante, productora y actriz norteamericana Diana Ross, y de la cantante, productora, modelo y actriz jamaicana Grace Jones.

En la sección de *Scope*, Ordovás enfatiza en la descripción física de la protagonista omitiendo mencionar su identidad hasta la mitad de la pieza:

**"Que puedo decir de mi negra favorita vestida con vaqueros y camisetas blanca de algodón, cuando me mira de esta manera como recién salida de la ducha! "**

Cuando finalmente nombra a Diana Ross, recurre a una relación familiar y posesiva, nos recuerda que ella es suya: **"¡Nada menos que mi negra, la Suprema, en manos de Los Chicos del Ritmo Negro!"**.

Su protagonismo, a pesar de calificarla de **"Suprema"** -por haber sido líder The Supremes-, queda eclipsado como mujer vicaria y en relación con los **Chicos del Ritmo Negro**. Ordovás se refiere a sus productores, Bernard Edwards y Nile Rodgers, autores, entre otros, de su gran éxito *"I'm coming out"* considerado un himno celebratorio de las identidades LGBT+ y que alcanzó el número 1 en las listas de singles del U.S Billboard Hot Disco. Este disco constituye el décimo de su carrera y obtuvo una repercusión en ventas de 10 millones de copias.


En la crítica al álbum de Grace Jones, Ordovás verifica sin ambages que se trata de una **tigresa negra** que fue modelo de alta costura, un hecho que Ordovás menciona de pasada:

**“Y es que Grace Jones también es negra, solo que jamaicana...” “... ” se dio a conocer en París como modelo de alta costura (Vogue) hasta que un buen día, de la noche a la mañana, apareció en Nueva York en plan tigresa rodeada de todo un aparato publicitario que la proclamaba a diestro y siniestro como la Disco Queen...”**

Los logros de mujeres como Jones supusieron una inspiración para el movimiento del travestismo creando referentes para sexualidades alternativas y un revulsivo para la gestación de nuevas feminidades.

La notoriedad que Grace Jones alcanzó no se ciñó a la música, sino que la propulsó a iniciar una carrera en el cine además de escribir y producir sus propias composiciones.

Finalmente, y tal y como hemos constatado en Rolling Stone y en NME, en Vibraciones hemos identificado un único contenido susceptible de coincidir en la categoría de “informaciones con perspectiva de género”.

 <p>Abril 1980 Pág. 38-40</p>	Autor:	Jaime Gonzalo
	Título:	Vampiria
	Nombre propio:	Alaska y los Pegamoides
	Género:	Entrevista
	Palabras:	3.006
	Fotografía:	3 individuales, 1 grande, 1 mediana, 1 pequeña
	Noticia con perspectiva de género	

En los contenidos de Vibraciones no ha trascendido la visión interseccional a excepción de la entrevista a la artista española transgénero conocida artísticamente como Bibi Andersen (Ilustración 132) realizada por el periodista Jaime Gonzalo en abril de 1980. Esta información por tanto es cualificada **con perspectiva de género**.





Ilustración 132: Bibi Andersen. *Vibraciones*,  
Abril 1980

Entendemos que la entrevista tenía como objeto promocionar su nuevo disco -del que no se menciona el título- pero en cambio, el enfoque es incompatible con dicho género ya que se abusa de un cuestionario carente de sensibilidad y de sentido informativo de más de 45 preguntas vacuas. El periodista pregunta cuál es su: **“Bebida favorita”, “un plato”, “playa o montaña”, “verano o invierno”, “faldas o pantalones”**. Mas adelante indaga en su imagen **“fría y lejana”** conminando a Andersen a justificarse:

**“Es una coraza que me he fabricado para protegerme. Ten en cuenta que mi situación artística y personal es muy conflictiva. Entonces la gente pretende pasarse de la raya siempre que puede. Yo intento defenderme. De lo contrario me pasaría la vida hablando del mismo tema”**.

Los estereotipos de género se suceden con adjetivos como: **“rostro de muñeca malvada, de pouppé fatale”** y juicios que la estigmatizan: **“su voz es menos profunda de lo que me esperaba”, “eres consciente de que se te compara a Amanda Lear”**. La inclusión de un personaje como Bibi Andersen visibiliza la diversidad sexual a pesar de la ignorancia en las formas de su autor.

### 4.3. Análisis comparativo de la presencia y protagonismo de las artistas

Los medios de difusión “tienen un papel significativo a la hora de construir representaciones de la realidad que sirven a la audiencia para entender el mundo” (López Díez, 2000, p.35) y actúan con una dinámica simbólica y moral refrendando la construcción del sistema de valores y la formación de la opinión pública (Zeller, 2017).

En la lectura de los estereotipos discriminatorios enmascarados en el contingente de noticias hemos localizado las primeras grietas de este espacio hostil que es el rock y el punk y los signos que relativizan la importancia de la obra creativa de las mujeres. A continuación, ofrecemos los porcentajes totales de la representación de género resultantes del análisis de contenido cuantitativo y cualitativo. Los resultados se presentarán en este orden: **ROLLING STONE, NEW MUSICAL EXPRESS y VIBRACIONES.**

El método escogido para dicho análisis ha consistido en establecer un cálculo de las palabras que cada revista ha dedicado a la presencia de mujeres, elección que nos ha resultado veraz y fiable. Este cómputo, detallado en el capítulo 3.3.1, estriba en una medición de contenidos y variables previamente codificados y segregados por género y superficie. En el caso de las informaciones protagonizadas por mujeres, se han contabilizado líneas y se ha atendido a la diversidad de columnas con las que se han compaginado cada página. La tabla 52 refleja la cuantificación exacta de las palabras que cada revista dedica a las artistas femeninas.

Editora	Palabras totales PUBLICACIÓN	Palabras sobre MUJERES
Rolling Stone	308.616	58.870
NME	542.854	57.793
Vibraciones	360.074	34.870
<b>TOTAL</b>	<b>1.211.545</b>	<b>151.533</b>

Tabla 52: Palabras totales sobre mujeres R.S, NME, Vibraciones 1980

La representación de la mujer en las publicaciones de la muestra alcanza el **19,1 %** en Rolling Stone, porcentaje que se reduce al **10,6%** en NME y no supera el **9,7%** en Vibraciones ejemplificando que, del ingente volumen de **1.211.545 palabras**, únicamente **151.533** hacen referencia a contenidos sobre mujeres en la música.

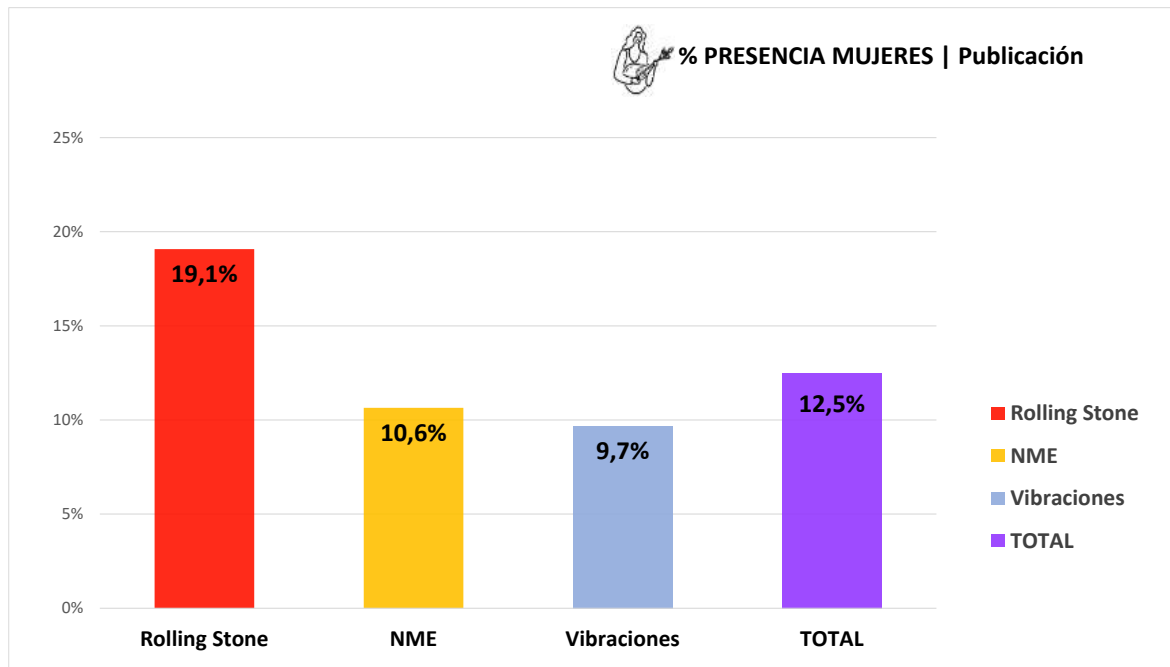


Tabla 53: Porcentajes totales de presencia de mujeres en R.S, NME, Vibraciones 1980

El baremo final que arroja la muestra analizada en su conjunto (Tabla 53), es que la representación de género alcanza un **12,5%**, una realidad desalentadora que inculpa a la prensa musical como responsable de la discriminación de la obra de la mujer, y el consiguiente impacto en su invisibilización en la historia de la música.

Hemos calculado el número total de **imágenes publicadas en las revistas** de la muestra y el resultado es consistente con los porcentajes obtenidos en el cómputo de palabras (Tabla 54). En **Rolling Stone** se contabilizan 450 imágenes, de las cuales sólo 93 corresponden a mujeres, con un porcentaje equivalente al **21%**. En **NME** la proporción es del **18%** (133 imágenes de un total de 744) y en **Vibraciones** es del **12%** (84 de 693).

Editora	Fotos Total	Fotos mujer	% TOTAL
<b>Rolling Stone</b>	<b>450</b>	<b>93</b>	<b>21%</b>
<b>NME</b>	<b>744</b>	<b>133</b>	<b>18%</b>
<b>Vibraciones</b>	<b>693</b>	<b>84</b>	<b>12%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.887</b>	<b>310</b>	<b>16%</b>

Tabla 54: Fotografías sobre mujeres y porcentajes totales R.S, NME, Vibraciones 1980

En suma, la representación de género en las fotografías publicadas en el conjunto de las revistas **Rolling Stone, NME y Vibraciones** durante 1980 es de **310 imágenes de un total de 1.887 con una equivalencia porcentual del 16%**. Este resultado es compatible con el **12,4%** de informaciones protagonizadas por mujeres, una ecuación lógica si cada contenido es ilustrado con al menos una fotografía. Con la intención de ahondar en el análisis cualitativo hemos segregado los datos según los siguientes parámetros.

1. **Género periodístico**
2. **Estereotipo texto**
3. **Tamaño de las fotografías y tipo de grupo**
4. **Estereotipo fotografías y subtitulación**

#### 1- PRESENCIA de la MUJER SEGÚN GÉNERO PERIODÍSTICO

Presentamos los resultados segmentados (Tabla 55) según los **diferentes géneros periodísticos** tratados en las tres publicaciones para determinar que el denominador común, en todas ellas, es que la **entrevista** es el género que reporta más páginas de información en el conjunto de las publicaciones musicales y la presencia de la mujer supone:

- **50,4 % en Rolling Stone**
- **43,2% en NME**
- **27,7% en Vibraciones**

GÉNERO PERIODÍSTICO	Editora		
	ROLLING STONE	NME	VIBRACIONES
Reportaje	5,10%	13,83%	22,10%
Entrevista	50,39%	43,19%	27,68%
Crítica discográfica	20,47%	13,28%	21,43%
Crítica conciertos	2,47%	10,24%	1,14%
Novedades discos	3,13%	3,82%	0,95%
Noticias conciertos	0,13%	5,02%	1,35%
Noticias actualidad	18,30%	10,62%	25,34%
<b>TOTAL</b>	100,00%	100,00%	100,00%

Tabla 55: Resultados segmentados según géneros periodísticos en R.S, NME y Vibraciones

En la revista Rolling Stone esta deducción se infiere al ser la entrevista el elemento promocional de validación de los/las artistas que ocupan su portada, hecho que les garantiza la respetada sección principal. Reiteramos que el escaparate prestigiado que suponía aparecer en sus páginas -comercial y profesionalmente- se retroalimentaba mediante la publicación del HOT100, un *hit parade* de las listas americanas de los 100 artistas con mayores ventas.

Referente a NME, confirmamos asimismo la relación directa entre protagonizar la portada y obtener el privilegio de protagonizar la entrevista central de hasta 4 páginas, hecho que en Vibraciones era puramente circunstancial.

En el gráfico inferior (Tabla 56), presentamos un desglose de los resultados percibiendo que el segundo y tercer género periodístico con más presencia de mujeres en **Rolling Stone** es **la crítica discográfica (20%) y las noticias de actualidad (18%)**, los reportajes (5%) constarían como la sección con menor presencia femenina.

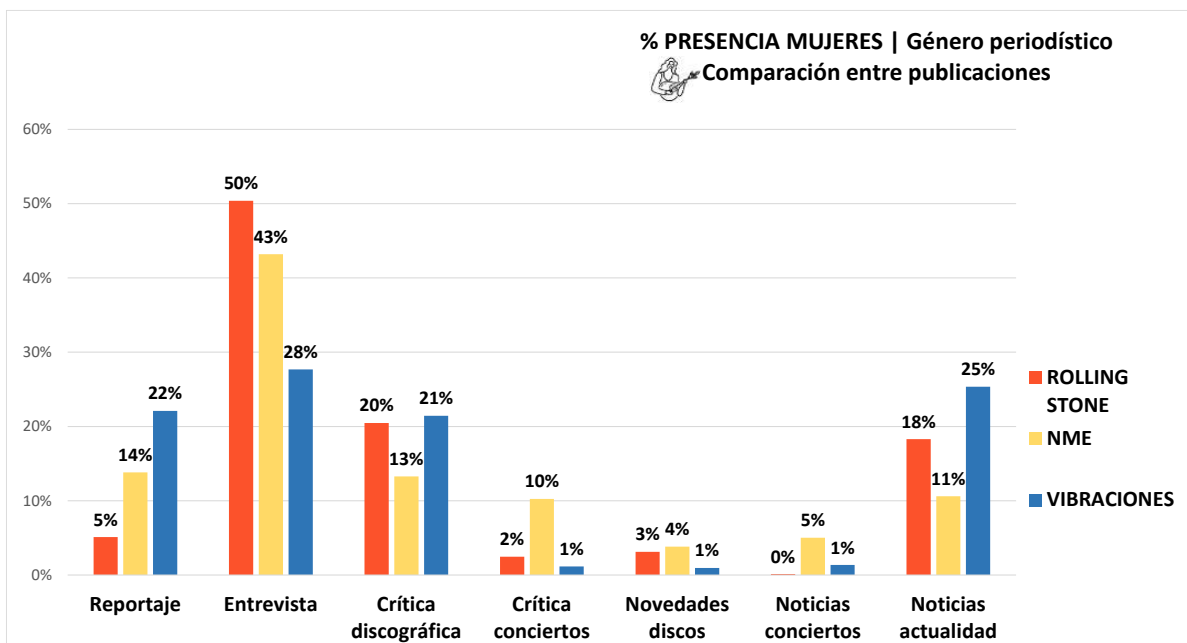


Tabla 56: Porcentaje de presencia de mujeres según género periodístico, comparación entre R.S, NME, Vibraciones 1980

**NME combina la entrevista (43%) y el reportaje (14%)**, fórmulas que permiten flexibilizar determinados contenidos y cubrirlos de forma menos rígida, es el caso de “Women in Music”, publicado en el ejemplar de marzo 1980. Esta una dinámica ha sido imitada por **Vibraciones (22% reportaje)**, publicación que -como NME- ha optado por priorizar el género de las noticias de actualidad (25%) como un cajón de sastre.

En el análisis de contenido con perspectiva de género, hemos contabilizado 99 estereotipos en Vibraciones, otorgando que es en esta sección donde se han velado con mayor espontaneidad los logros comerciales de las artistas ejerciendo un sesgo de género.

Una consideración, relativa a la cultura y público objetivo de cada publicación, implica que prevalezcan unos contenidos sobre otros, hecho que confirma por qué **NME haga énfasis a la crítica de conciertos (10%)** en los que la mujer es protagonista, en comparación con Rolling Stone (2%) y Vibraciones (1%).

Es remarcable referir que en 1980, NME obtuvo un estatus de revista de moda por significarse como uno de los periódicos musicales con la agenda de conciertos más exhaustiva. El impacto de esta práctica derivó en unas ventas de 200.000 ejemplares semanales desencadenando una cobertura mediática de estos conciertos facilitando la gestación de nuevos grupos, y convirtiéndose en una popular plataforma promocional.

A continuación, y mediante la variable de **tipo de grupo**, segregamos los contenidos según si las informaciones sobre mujeres priorizan una representación de las **artistas liderando sus propias bandas, perteneciendo a un grupo mixto o son parte de una banda femenina**.

La norma es que, tanto en **NME (53%) como en Vibraciones, (49%) prevalece la cobertura de grupos mixtos**, hecho que no difiere significativamente si se trata de mujeres como líderes de sus bandas (Tabla 57). **En R.S esta proporción asciende a un 53% y en cambio en NME desciende al 33%**. Es significativo que, precisamente, NME otorga una atención porcentual de 13% a grupos liderados por mujeres, hecho que confirma el camino que abrieron por derecho propio las nuevas bandas femeninas británicas, referentes del proceso de su lenta inclusión en el panorama musical.

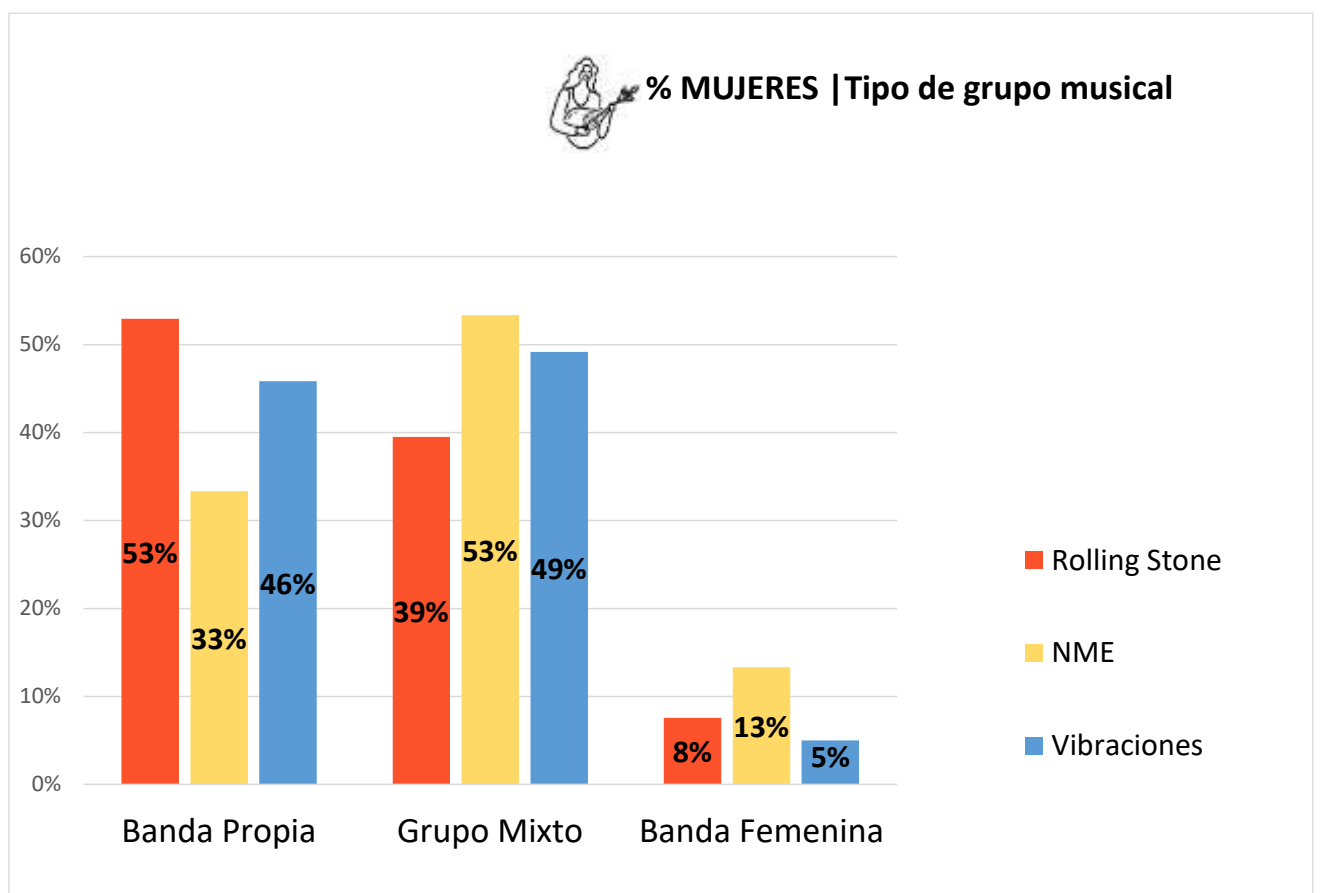


Tabla 57: Tipo de grupo musical, porcentaje y comparativa R.S, NME, Vibraciones 1980

## 2- RESULTADOS SEGMENTADOS POR ESTEREOTIPO TEXTO

Las periodistas e investigadoras Gallego y Muntané (2020)<sup>118</sup> trazan una descripción sobre el significado de periodismo:

“El periodismo es un método de interpretar la realidad. En periodismo es difícil separar la información de la opinión porque todo en periodismo es elección: desde el tema, hasta el lugar que ocupa o la manera de titular, el enfoque o las fuentes que se consulten. Los medios “crean” realidades, pues la repetición de unos mismos conceptos y esquemas acaban modificando la misma realidad que los inspiró”.

La datos, segmentados por estereotipo de texto reflejan las prácticas periodísticas -manipulación de imágenes, uso de metáforas y axiomas- para invisibilizar la obra u opiniones de la mujer en la música. Tal y como queda comprobado en las 3 revistas (Tabla 58), la infrarrepresentación consiste en destacar a la mujer enfatizando sus **atributos físicos**.

El cómputo final no deja lugar a dudas. En **Vibraciones**, no sólo invisibilizan a la mujer concediéndole un escaso 9.7% de los contenidos, sino que el **71% de estos contenidos contienen estereotipos físicos** compatibles con una cosificación. El escrutinio sobre su aspecto alcanza un **37% en Rolling Stone**, resultado que en **NME representa un porcentaje del 30%**.

Los prejuicios más frecuentes aplicados por estos medios consisten en tácticas como ahondar en su **vida privada**, estereotipo patente en **Rolling Stone (37%), NME (26%) y en Vibraciones (12%)**. NME focaliza su atención, además, en los estereotipos sobre la **vida pública (26%)** redundando en cómo la prensa musical altamente masculinizada implementa su visión patriarcal.

---

<sup>118</sup> Gallego, J & Muntané, I (2020, enero 22). El periodismo feminista como principio ético (Entrada blog). Recuperado de <https://www.pikaramagazine.com/2020/01/periodismo-feminista-como-principio-etico/>



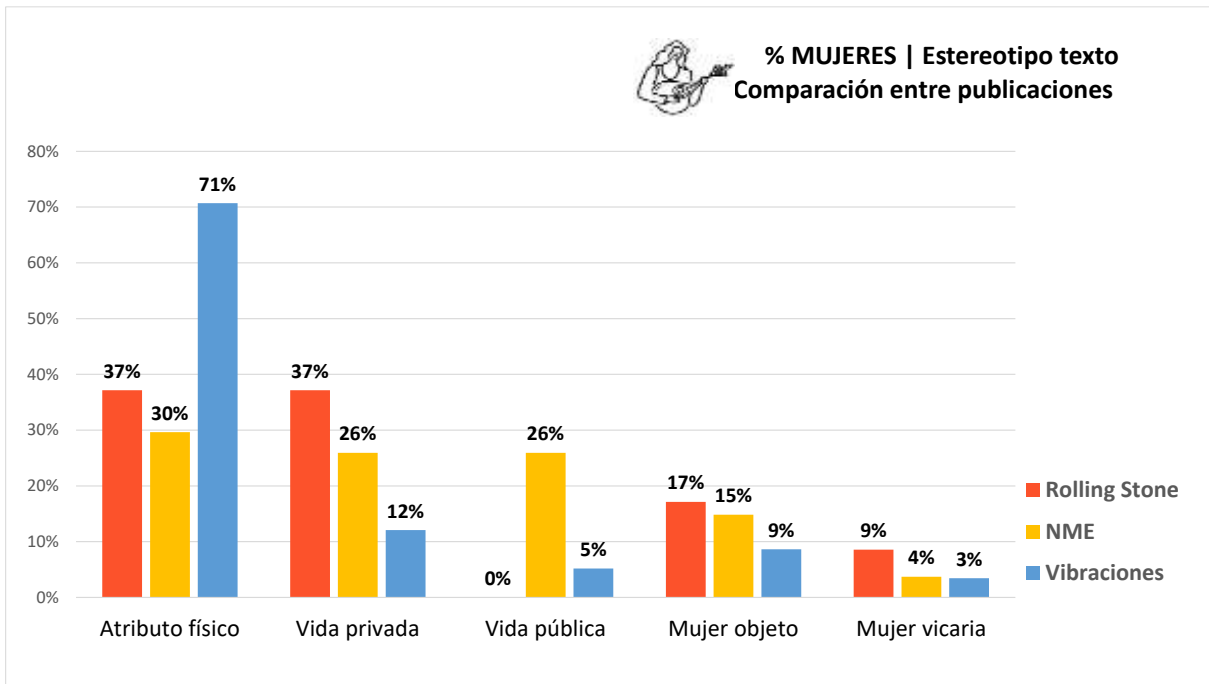


Tabla 58: Estereotipos de texto, resultados en R.S, NME y Vibraciones 1980

En la teoría sobre género hemos dado cuenta de esta visión androcéntrica y sancionadora de los medios que, mediante el lenguaje, transmiten una ideología construyendo estereotipos como la **mujer vicaria**; una forma de discriminación de género que **Rolling Stone ha implementado en un 9%** de sus contenidos, validando la voz pública masculina y a ellas la no-identidad, sin lenguaje propio sino es en relación con ellos.

Como hemos comprobado, en la portada censurada del disco del grupo *The Rolling Stones*, la mujer objeto es representada de una forma negativa, vista como víctima, implicando que circula por una esfera pública que la autoridad patriarcal concede que no le es propia.

El estereotipo de **mujer objeto** en los textos publicados es más sutil, se idealiza a la figura femenina hasta el límite y se aplican sus prácticas de subordinación aislándolas y separándolas de la forma de ser y sentir de lo masculino. Apreciamos que en las tres revistas se promueve esta imagen siendo más notable en **R.S (17%)**, seguido de **NME (15%)** y en **Vibraciones** donde la objetificación alcanza un **9%**.

### 3- RESULTADOS según TAMAÑO DE LAS FOTOGRAFÍAS y TIPO DE GRUPO

“Ver significa aprehender algunos rasgos salientes de los objetos (...) Unos pocos rasgos salientes no determinan la identidad de un objeto, sino que además hacen que se nos aparezca como un esquema completo e integrado (..) Cuando lo observado carece de esa integridad, es decir, cuando se lo ve como un conglomerado de piezas, entonces los detalles pierden su significado y el conjunto se torna irreconocible” (Arnheim, 2019, p. 59).

El análisis perceptual al que se refiere Arnheim (2019), nos condiciona a penetrar en la comprensión de las formas visuales. En nuestro análisis cuantitativo hemos valorado la presencia de la mujer por el tamaño que ocupan. El **tamaño** de las fotografías es una variable cuyo cómputo facilita la interpretación de los resultados en la muestra analizada y que redundan en la percepción de la mujer y su representación.

El método llevado a cabo para su cálculo se ha centrado en determinar el área de cada fotografía otorgándole tres tamaños para su sistematización. Las fotografías protagonizadas por hombres han sido contabilizadas página a página, pero sin segregarse por tamaño. La contabilización manual de las imágenes con presencia femenina ha permitido determinar su área en centímetros, tomando como base la tabla de creación propia (Tabla 59) que establece el cálculo del área total de una página impresa en cm<sup>2</sup> y adaptándola a cada una de las 3 publicaciones.

		10		4	
		1/10 parte área página (cm <sup>2</sup> )		1/4 parte área página (cm <sup>2</sup> )	
<b>Rolling Stone</b>	Foto pequeña <	<b>78</b>	< Foto mediana <	<b>194</b>	< Foto grande
<b>NME</b>	Foto pequeña <	<b>103</b>	< Foto mediana <	<b>257</b>	< Foto grande
<b>Vibraciones</b>	Foto pequeña <	<b>46</b>	< Foto mediana <	<b>116</b>	< Foto grande

Tabla 59 : Autoría propia. Convención para clasificar los tamaños de las fotografías R.S, NME, Vibraciones 1980

La referencia considerada es la siguiente (Tabla 60):

- **Pequeñas:** son aquellas fotografías cuya área es menor o igual que 1/10 parte del área total
- **Medianas:** son aquellas cuya área es mayor de 1/10 parte del área total, y menor de ¼ parte del área total
- **Grandes:** son aquellas cuya área es mayor de ¼ parte del área total de la página.

	Dimensiones lineales página (cm)	Área equivalente página (cm <sup>2</sup> )
<b>Rolling Stone</b>	31x25	775
<b>NME</b>	27x38	1026
<b>Vibraciones</b>	25x18,5	463

Tabla 60: Área total pág./ cm<sup>2</sup>, R.S, NME, Vibraciones 1980

Partimos de **un total de 1.887 imágenes en el conjunto de las 3 publicaciones** (Tabla 61) de las cuales solamente **310 imágenes pertenecen a mujeres**. La proporción por revistas queda reflejada en la tabla con el color más oscuro para los contenidos relativos a hombres.

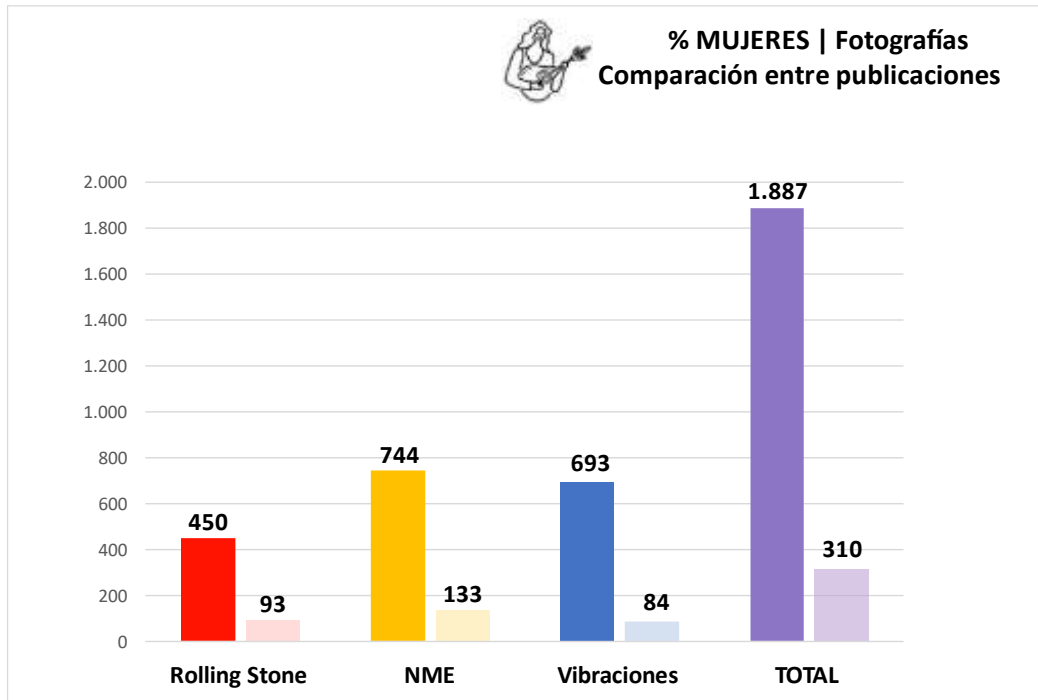


Tabla 61: Género en las fotografías comparación entre R.S, NME, Vibraciones 1980

Observamos (Tabla 62) que de las **93 fotografías de mujeres** publicadas en R.S, un **68,8%** son grandes, le siguen las pequeñas (**21,5%**) y las medianas (**9,7%**).

En **NME** vemos el mismo patrón, el uso de **imágenes grandes (48,9%)**, seguido de las pequeñas (**34,6%**) y las medianas (**16,5%**).

En **Vibraciones** observamos una mayoría de **imágenes grandes (53,6%)**, en segundo lugar, las pequeñas (**26,2%**) y en tercer lugar las medianas (**20,2%**).

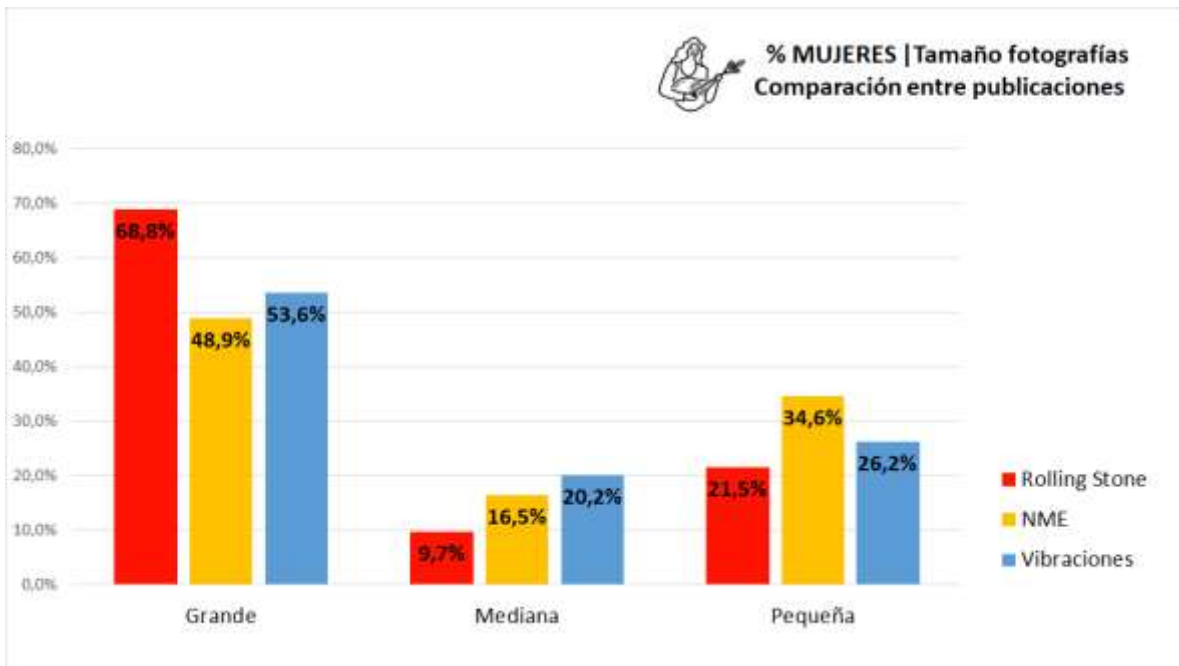


Tabla 62: Resultado Tamaño fotografías en R.S, NME y Vibraciones 1980

En el presente análisis de la presencia de la mujer en imágenes, se ha tomado en consideración el **tipo de grupo al que pertenece**. El objetivo es doble, por un lado, revelar si los medios analizados actúan con sesgo de género al margen del dictado de la actualidad; o si por el contrario, los contenidos reflejan la coyuntura musical de 1980 con clara desventaja para la mujer dada la configuración sexista de la industria y la acción de los *gatekeepers*.

Las estrategias de lanzamiento y promoción de discos fueron diseñadas por las *majors* y las independientes mediadas por la figura del representante que recorría las redacciones musicales de los medios con el objetivo de influir en los reporteros para cubrir determinados grupos. En este aspecto, en el entorno de NME, como se ha descrito en el capítulo correspondiente, las remuneraciones por servicios prestados trascendían lo económico -payolas- y recibían trato de estrella con viajes en jets privados, fiestas y por supuesto dádivas en especies como entradas a los conciertos, discos y exclusivas.

Hemos contabilizado tres tipos de presencia de la mujer en las fotografías (Tabla 63): con **banda propia**, formando parte de un **grupo**, o si se limita a la mera ilustración de las **carátulas de los discos**.

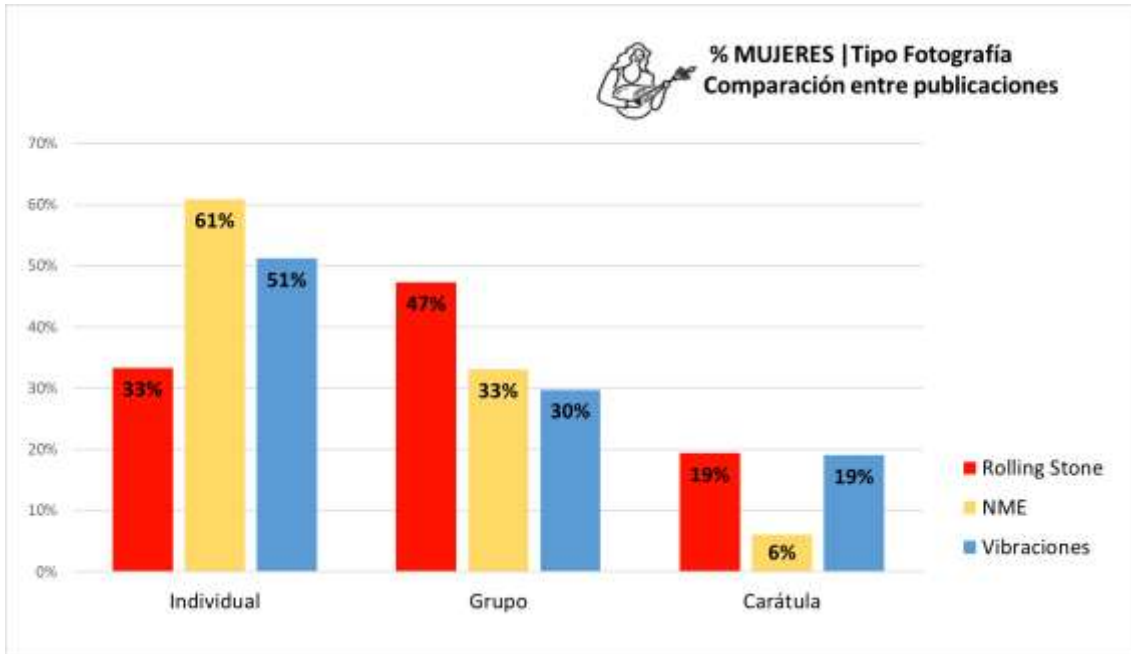


Tabla 63: Resultados Tipo de Fotografía en R.S, NME, Vibraciones 1980

Las carátulas son un elemento icónico y comercial de reconocimiento de los/las artistas de quienes se critica su obra. A efectos de visibilidad, su tamaño es generalmente pequeño. En el cómputo de carátulas hemos obviado el análisis de éstas -que requerirían una indagación profunda en la que no hemos entrado en esta investigación- o si en ellas, la mujer es representada individualmente o en grupo.

**Rolling Stone** capitaliza la presencia de la mujer preferentemente **en grupo (47%) y en un 33% mediante las fotografías individuales** dispensándole una credibilidad más limitada. Atendiendo a que las ventas de ejemplares de la revista alcanzaron un millón de ejemplares en 1985 (es la fecha más cercana de la que tenemos datos), interpretamos que comercialmente este factor jugó en contra de su promoción y visibilidad.

**NME**, en cambio, ha optado por presentar a las artistas **con voz propia y como líderes de sus bandas (61%), mientras que un 30% de las fotografías son en grupo. En Vibraciones** el patrón de representación de las artistas es de **preferencia individual (51%) y en segundo lugar en grupo (30%).**

Observamos que, siendo la carátula el recurso ilustrativo obligado de las críticas discográficas, es compatible que un **19% de las fotografías de carátulas en Rolling Stone se repartan entre los géneros de la crítica discográfica (20%) y novedades de discos (3%)**. La proporción se repite en **Vibraciones**, el **19% de carátulas ilustran la crítica discográfica (21%) y las novedades (1%)**, en cambio difiere en NME. Vemos que en esta publicación las **críticas discográficas alcanzan el 13% y las novedades solamente representan un 4%**, implicando que únicamente **un 6% de las carátulas han sido utilizadas para ilustrarlas**.

#### 4- RESULTADOS según ESTEREOTIPO FOTOGRAFÍAS y SUBTITULACIÓN

En la comprensión del fenómeno de la invisibilización de la prensa musical hacia la mujer tomamos como referencia el porcentaje de **fotografías que cada publicación ha dedicado a las mujeres (Tabla 64) y que se reduce a un ínfimo 16%**.

Editora	Fotos Total	Fotos mujer	% TOTAL
<b>Rolling Stone</b>	<b>450</b>	<b>93</b>	<b>21%</b>
<b>NME</b>	<b>744</b>	<b>133</b>	<b>18%</b>
<b>Vibraciones</b>	<b>693</b>	<b>84</b>	<b>12%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.887</b>	<b>310</b>	<b>16%</b>

*Tabla 64: Número total de fotografías y de mujeres R.S, NME, Vibraciones 1980*

Del exiguo 16% de imágenes protagonizadas por mujeres -publicadas en las tres revistas de la muestra en 1980- observamos que la mujer es representada de **forma activa en un porcentaje que equivale al 57% y estereotipada en un 43%** (Tabla 65).

Editora	Activas	Estereotipadas	TOTAL
<b>Rolling Stone</b>	52%	48%	100%
<b>NME</b>	65%	35%	100%
<b>Vibraciones</b>	51%	49%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>57%</b>	<b>43%</b>	<b>100%</b>

Tabla 65: Porcentaje fotografías mujeres activas y estereotipadas R.S, NME, Vibraciones 1980

Estos porcentajes representan 178 fotografías de mujeres activas y 132 estereotipadas (Tabla 66) en el conjunto de las tres publicaciones.

Editora	Activas	Estereotipadas	TOTAL
<b>Rolling Stone</b>	48	45	93
<b>NME</b>	87	46	133
<b>Vibraciones</b>	43	41	84
<b>TOTAL</b>	<b>178</b>	<b>132</b>	<b>310</b>

Tabla 66: Fotografías totales mujeres activas y estereotipadas R.S, NME, Vibraciones 1980

El **estereotipo** más frecuente reproducido en R.S (Tabla 67) es la de la mujer cosificada (17%) seguido de la representación de una **mujer pasiva (17%)**, estereotipo con que el que han convergido NME y Vibraciones (14% y 18%). Esta última publicación ha representado la **cosificación en un 12% de imágenes**.



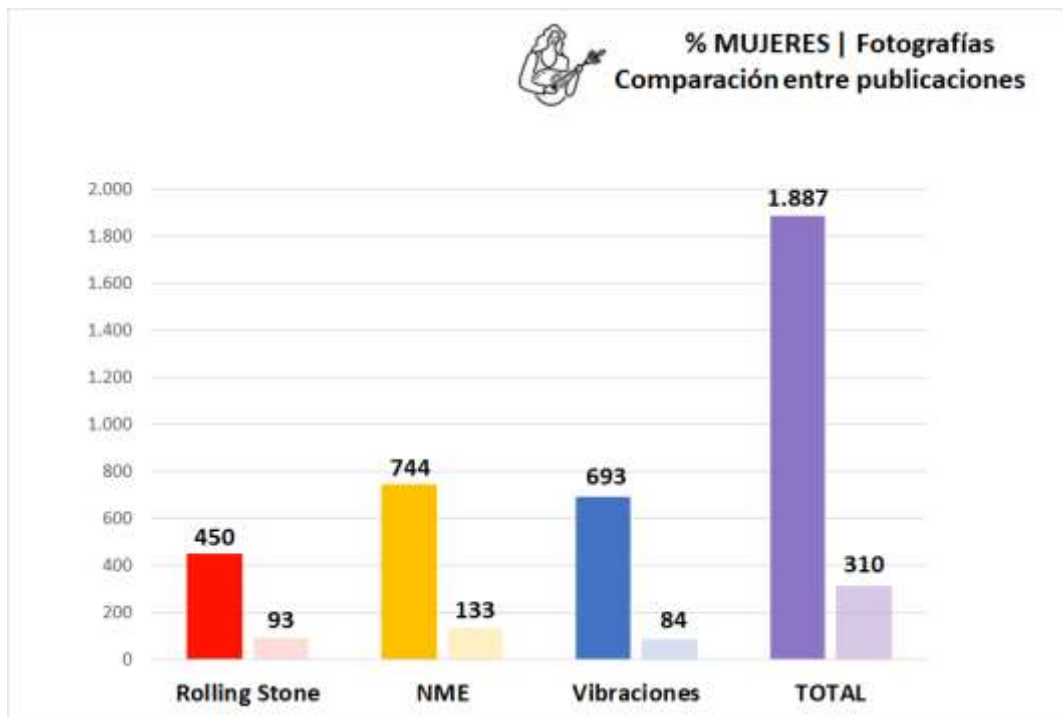


Tabla 67: Estereotipo fotografías, comparativa entre R.S, NME, Vibraciones 1980

Finalmente hemos considerado la subtitulación de las imágenes como un motivo de discriminación de género (Tabla 68) observando que, efectivamente en **NME y Vibraciones**, existe un porcentaje inferior de fotografías que carecen de subtítulo frente a **Rolling Stone** que lo hace casi como norma.

Dado que R.S ha mantenido un estilo visual rico, y con énfasis en ilustraciones y fotografías, adquiere sentido su responsabilidad en acreditar a los autores y subtítular las informaciones de los ídolos de sus reportajes e icónicas portadas.

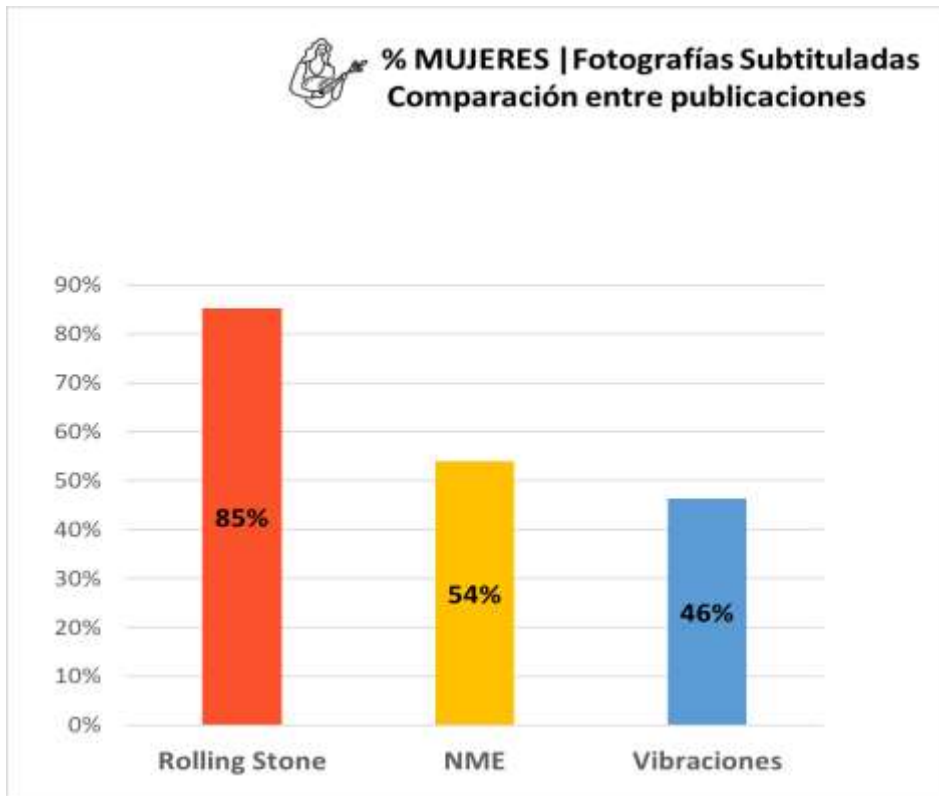


Tabla 68: Porcentajes de fotografías subtituladas en R.S, NME y Vibraciones 1980.

Las tres publicaciones, a pesar de sus diferencias culturales, geográficas y estéticas, convergen en unas afinidades en el trato discriminatorio hacia la obra de las mujeres que queda manifiesta en los gráficos y que hemos constatado se transpira tanto en los textos, como en algunas de las fotografías analizadas.

La relevancia de las relaciones género y música se manifiestan en la prensa hecha por hombres no sólo en cómo la mujer es juzgada y excluida, sino en su ardua lucha contra la invisibilidad que le otorga el patriarcado y que revierte en una presencia minoritaria de estas profesionales en muchos sectores de la industria. “Porque hay una historia que no está en la historia que sólo se puede rescatar aguzando el oído y escuchando los susurros de las mujeres” (Montero, 2015. p.31)

#### 4.4. Análisis cualitativo de las entrevistas

La teoría feminista y la relevancia del punto de vista de género han contribuido al reconocimiento de las acciones de las mujeres como sujetos sociales, políticos o históricos y en la denuncia “con otra voz” del dominio, la desigualdad y la violencia individual e institucional contra las mujeres (López de la Vieja, 2000). “¿Existe un método distintivo de investigación feminista? ¿Cómo es que la metodología feminista desafía —o complementa— las metodologías tradicionales? ¿Sobre qué bases se sostienen los supuestos y procedimientos de las investigadoras feministas?” (Harding, 1987, p.1).

Harding (1987) objeta las teorías y supuestos de la investigación social tradicional y sugiere que a través de los rasgos metodológicos de “inspiración feminista” es posible ofrecer bases diferentes para elaborar conocimiento confiable y ofrecer un criterio de evaluación, de “demarcación de una fecundidad insospechada” (Pérez Sedeño, 1999, p.113).

El ámbito de estudio de esta investigación son los estudios de género aplicados al análisis de los contenidos protagonizados por las mujeres en la prensa musical de 1980. La metodología cuantitativa y cualitativa ha ofrecido significación en la demostración de cómo el lenguaje utilizado por los medios constituye un arma de control y opresión en la omisión de la obra de las mujeres impregnándola de una misoginia que trasciende geografías. Cortés (2000) cuestiona qué valoramos como misoginia en los textos de la literatura clásica:

A veces el ataque va dirigido contra un vicio que puede encontrarse en las mujeres más que contra las mujeres mismas, o el escritor está más interesado en ser chistoso que en satirizar a las mujeres en general” (...)” hay casos en los que la crítica a la mujer, ligeramente hostil, convive con expresiones de respeto y simpatía hacia las mismas. (Cortés, 2000, p. 15)

En las ciencias sociales, cuando abordamos un problema, partimos de un modelo de lógica de investigación. En nuestro caso, es el de la demostración, y se basa en la formulación de hipótesis, deducción de condiciones para contrastarlas, para su demostración, diseño de los instrumentos para la observación y análisis de evidencias.

El análisis en profundidad del discurso de las tres publicaciones nos ha permitido dilucidar los mecanismos operativos de la industria musical en el trato desigual de la representación género con resultados irrefutables. Nos disponemos ahora a justificar cómo la prensa musical, y la industria, trataron a las artistas adscritas al género punk mediante un método cualitativo como es la entrevista. Esta opción se justifica al constatar la escasa visibilidad y protagonismo que obtuvieron las mujeres del punk en las revistas *mainstream*. En consecuencia, recurrir a las fuentes directas es imprescindible para medir el ostracismo aplicado a dichas músicas.

La elección del punk se argumenta por ser el movimiento que catalizó una fractura de los estereotipos. En un mundo hecho a la medida del hombre, el ethos del punk protegía -en algunos casos- roles dominantes y sexistas provocando una respuesta de la mujer que se aferró a un fuerte sentido de la individualidad.

El punk, como estilo, objetó las habilidades técnicas musicales brindando una integración de la mujer a un espacio donde expresar una sexualidad femenina más agresiva, menos pasiva, rabia que visibilizó tanto en sus performances como en las portadas de discos. “In a symbolic sense, women were cutting and destroying the established image of femininity, aggressively tearing it down” (O’Brien, 1999, p. 193).

La atención mediática del fenómeno es dispar y está en consonancia con varios factores etnográficos. Por un lado, la génesis del punk difiere cronológicamente en cada país, por otro, el factor demográfico condiciona la especificidad de contenidos dirigida a su base de lectores. No resulta aventurado vaticinar que se trataba de varones en un grupo de edad que oscilaría entre los 16-40 años.

La tipología de géneros musicales canonizados en la mítica revista Rolling Stone se adscribían al *pop rock*, *hard rock*, *folk*, *jazz*, *reggae*, *soul mainstream*, publicación que alcanzó un papel simbólico en la cultura popular. NME se distinguió por su atención a las escenas más *underground* dónde se daba cita la música independiente y el rock alternativo (*ska*, *new-wave*, *punk*). Vibraciones adquirió un rol sucedáneo y sin una línea editorial definida que respondía al ímpetu de sus redactores en concurrir a ser la voz de la modernidad musical de la nueva democracia. Así lo enunciaban en el subtítulo de su logo: “*Vibraciones. La evolución musical de los años 70*”, un devenir excitante, sin duda, ante el advenimiento de las políticas contraculturales que fueron el detonante de la creatividad musical autóctona y una nueva industria del ocio juvenil, hecho que tardó en ser replicado en la revista y justificaría la poca presencia de lo nacional.

“Canons influence how we remember the past and rock journalism, media, and scholarship perpetuates a one-sided, androcentric rock narrative. Artists and music that fit easily into the existing masculinist “sex, drugs, rock n’ roll” narrative are more likely to find a place in rock history, whereas those that do not are more likely forgotten or marginalized. Women do not easily fit and so they continue to be underrepresented. If they are represented at all, they are not given the same level of attention or granted the same access to audience as their male counterparts (Pearson, 2018).<sup>119</sup>

Las preguntas de investigación cuestionan porqué la *herstory* de la mujer punk no trascendió en los medios y se excluyó su relato de la historia de la música popular. La hipótesis de partida persigue comprobar la responsabilidad de la prensa musical *mainstream* actuando como *gatekeeper* en la discriminación de la mujer.

Una segunda hipótesis, sobre el rol de la prensa en el ejercicio del sesgo de género en las informaciones sobre la obra de las mujeres, la hemos validado mediante el análisis de estereotipos hallados en las publicaciones analizadas, una herramienta que nos ha permitido comprobar la invisibilidad.

Finalmente, las entrevistas nos sirven como método para justificar la hipótesis de la resiliencia de las mujeres punk y cómo ejercieron una resistencia a la discriminación de género y al boicot de sus carreras y metas profesionales. Las respuestas a cuestiones sobre identidad, apariencia, sexualización, nos ayudan en la comprensión de cómo su actitud vital, su agencia y empoderamiento dieron origen a un feminismo punk.

En la selección del muestreo de las cinco mujeres participantes provenientes de la escena punk se ha establecido la forma no probabilística. Se trata de una selección controlada por la investigadora que consiste en un análisis de muestras que son significativas para el objeto de la investigación.

Wimmer & Dominick (2006), sostienen que la investigación cualitativa puede poseer algunas desventajas, especialmente cuando se trata de una muestra reducida, debido a que obliga a generalizar datos más allá de la muestra del estudio. Los autores sostienen que la fiabilidad de los datos puede estar también en cuestión por la pérdida de objetividad al tratarse de grupos reducidos. En este caso, entendemos que sin ánimo de sacar conclusiones generalizables, las aportaciones de las artistas serán significativas para entender las dificultades a las que tuvieron que enfrentarse por el hecho de ser mujeres.

---

<sup>119</sup> Pearson, T. (2018, August). Women of rock oral history project. Retrieved from <http://www.womenofrock.org/>

Para la presente investigación se han considerado las entrevistas semi estructuradas con preguntas abiertas a un grupo particularmente restringido para obtener una mayor profundidad de datos. Al mismo tiempo, se ha elaborado un cuestionario con una dimensión temporal, organizado con preguntas acorde a la secuencia de eventos que sobrevenían durante la investigación. Se organizó la información en un sistema preliminar de categorías y se simplificó con un mapa conceptual creando una estructura coherente con 4 ejes:

- 1- Contexto personal y empoderamiento punk
- 2- Visibilidad de la mujer en la música
- 3- Apariencia e identidad
- 4- Obstáculos encontrados: sexismo, conciliación.

La elección de la muestra se ha hecho teniendo en cuenta, además, la selección de perfiles interseccionales para interrogarnos por la realidad desde ámbitos diversos cuestionando las categorías identitarias que mantienen discursos de opresión. La interseccionalidad es un paradigma sociológico que nos ayuda a entender la multiplicidad de identidades y posibilidades no solo de exclusión y opresión, sino también de agencia de un individuo o unos grupos sociales determinados.

La interseccionalidad se posiciona como una herramienta conceptual y analítica útil para la investigación, que permite comprender y atender a las formas particulares en que el género se imbrica con otros ejes de exclusión en diferentes contextos, niveles y ámbitos (raza, clase social, sexualidad). (Cubillos, 2015, p.132)

Las entrevistas en profundidad se han materializado a lo largo del año 2019 con un único cuestionario para las 5 participantes. Las respuestas de las artistas **Gina Birch y Alice Bag** fueron obtenidas vía correo electrónico, en ambos casos existió una previa interacción física. Con la primera en la conferencia Kismif de Oporto (Portugal) y con Alice Bag durante el trimestre de investigación en Los Angeles (Estados Unidos). Las entrevistas con **Gaye Black y Loles Vázquez**, se efectuaron telefónicamente. **Exene Cervenka** fue entrevistada de forma presencial en su domicilio de Los Angeles (Estados Unidos).

El cuestionario se ha materializado a través de documentos privados (contacto personal, diarios sobre el terreno, entrevistas con periodistas y activistas) y documentos públicos (reportajes, artículos de prensa, entrevistas en televisión, videos, películas, webs). Es importante señalar que se ha considerado una aproximación etnográfica para acceder a las fuentes de información, así como notas de campo, acceso a conciertos y conferencias, viajes y entrevistas a profesionales competentes del sector musical.

#### 4.4.1. Descripción de la muestra: mujeres del punk

We must make a place in a market manipulated to pander to the clichéd male gaze; find a voice for our feelings when we've never heard anyone sound the way we hear in our head; break generations of our family's female mode of being; construct new forms of family and effective motherhood; position ourselves within the newly possible flexing of gender experimentation and fight for the right to do so. All this while adapting to changing projections of girly sexuality, from 1950s repression to the free love, polyamorous flirtations of the 1960s, '70s, and early '80s -flirtations that would mutate into the twenty first century's acrobatic, pornographic smorgasbord of internet lust. (Goldman, 2019, p.53)

La marginalización de la mujer en el punk no era diferente de otros géneros musicales, una realidad que los medios especializados *mainstream* ignoraron a pesar de que el fenómeno fue ampliamente publicitado en las revistas especializadas.

Las hipótesis formuladas en esta investigación persiguen el objetivo de esclarecer cuál fue el rol de la prensa musical en la invisibilidad de la mujer y rescatar la peculiaridad de la resistencia que opusieron estas artistas ante esta situación. La metodología del análisis cualitativo actual han sido las entrevistas a cinco mujeres del ámbito de la música punk en tres países con el objetivo de demostrar cómo estas artistas percibieron la exclusión que les otorgó la prensa musical especializada.

El propósito de efectuar un análisis exhaustivo del ámbito de la mujer en el punk está vinculado a la escasez de estudios dedicados a este colectivo que tiene unas características particulares. Por otra parte, dedicar un análisis a todos los colectivos de la industria musical trascendía las posibilidades individuales de un trabajo como la presente tesis.

Los perfiles seleccionados corresponden a las pioneras que habitaron las escenas emergentes punks rebosantes de provocación, exceso y transgresión -pero asimismo inclusivas- entre los años 1975-1985, periodo que marca la expansión del fenómeno punk (especialmente en Estados Unidos y Reino Unido), y atendiendo que en España se inició más tarde y finalizó en las postrimerías de 1985.

El cuestionario de 30 preguntas se ha organizado en base a cuatro bloques temáticos, flexible y con preguntas básicas comunes organizado en dos niveles de interés: el primero hace referencia a aspectos generales de la industria de la música, el segundo nivel, y mediante preguntas de tipo descriptivo y explicativo, está enfocado a indagar en el relato personal de sus experiencias profesionales. Finalmente, las preguntas de tipo evaluativo nos ayudarán a comprender en qué medida los medios actuaron como responsables de la exclusión.

Es destacable que, de las tres publicaciones analizadas, solamente tres de las cinco artistas: Exene Cervenka y Gina Birch han sido objeto de crítica de concierto y entrevista respectivamente, -Cervenka en Rolling Stone y Birch en Rolling Stone y NME-. En 1980, The Adverts, el grupo de Gaye Black, ya se había retirado de los escenarios, pero nos consta que Vibraciones hace referencia a un disco publicado en Reino Unido en 1979 que llega a editarse en España en 1980, y es criticado en el ejemplar de Junio de aquel año, en el texto no se menciona a la bajista. Alice Bag, no obtiene representación en la muestra seleccionada, así como Loles Vázquez, cuyo grupo las Vulpes fue fundado en 1982.

NOMBRE: Alicia Velásquez

NOMBRE ARTÍSTICO: **Alice Bag** (Los Angeles, 7 Noviembre 1958)

EDUCACIÓN: BA in Philosophy, post graduate certification in Education, teaching credential Multiple Subject with Bilingual Emphasis.

LUGAR DE RESIDENCIA: Los Angeles

Cantante de punk-rock, autora, educadora, escritora y creadora de "Women in L.A Punk Archives". En septiembre de 2018 la ciudad de Los Ángeles le reconoció de forma oficial:

*"The profound influence on music and the punk rock scene in Los Angeles and activism for the LGBTQ community and speaking out against social injustice."*

Creció en un hogar con una figura paterna abusiva:

**"I feel like I've been rebelling against patriarchy my whole life".**





NOMBRE: Christene Lee Cervenková

NOMBRE ARTÍSTICO: **Exene Cervenka** (Chicago, 1 Febrero de 1956)

EDUCACIÓN: **"I grew up in a very small-town of 1000 people in Illinois, in the middle of nowhere and went to a Catholic school".**

LUGAR DE RESIDENCIA: Los Angeles

Cantante de punk-rock, productora, autora, guitarrista, poeta, artista, artista visual y fundadora de la banda X en 1976, además de *The Knitters*, *Original Sinners*, *Auntie Christ*. Posee 8 álbumes en solitario en los que canta, compone y toca la guitarra.

En su familia, su padre carpintero sirvió en la Segunda Guerra Mundial, su madre inmigrante irlandesa se quedó en casa, luchando y viviendo en el campo. En su hogar no hubo violencia:

**"my parents were saints.. they had us, raised us and didn't abandoned us, they were the best." (..)**



NOMBRE: Gaye Black

NOMBRE ARTÍSTICO: **Gaye Advert** (Bideford, Reino Unido, 25 agosto, 1956)

EDUCACIÓN: Art in College, bajo (autodidacta)

LUGAR DE RESIDENCIA: Londres

En 1976 se desplaza a Londres y entre 1978-1979 fue bajista del grupo The Adverts con quienes grabó dos álbumes.

Ídolos: bandas sin mujeres al frente como Beatles, Kinks, Sex Pistols. Referente: la bajista Suzy Quatro.

No sufrió el patriarcado en su hogar, su padre era periodista y le apoyó.



NOMBRE: **Gina Birch** (Nottingham, 1955)

EDUCACIÓN: Hornsey College of Art, Royal College of Art, Nottingham Girls' High School

LUGAR DE RESIDENCIA: Londres

Cantante y bajista punk-rock, productora, autora, pintora y directora de cine.

Fundadora junto Ana de Silva del grupo femenino *The Raincoats* en 1977, además de *Red Krayola*, y *The Hangovers*.

Referentes e influencias musicales: Slits, Patti Smith, Melanie, Carole King, Janis Joplin, las artistas de grupos de Riot girls como Kathleen, Hanna, Tobi Vail. Entre sus coetáneas The Modettes, Delta 5, The Au Pairs, PragVec, Ut, Malaria.

En su familia jamás se cuestionó la autoridad paterna y se aceptaba este rol debido a que su madre había crecido en un hogar con un padre alcohólico evitando tensiones para mantener un ambiente de paz.



NOMBRE: **Loles Vázquez** (Bilbao, 1965)

EDUCACIÓN: Turismo (Deusto), Auxiliar de enfermería.

LUGAR DE RESIDENCIA: Mondragón.

Guitarrista, compositora y fundadora de Las Vulpes con 15 años grupo de breve carrera debido a la exclusión social y mediática que sufrieron por su ideología y el contenido de sus canciones.

Se identifica con el género femenino, luchando para ser reconocida por su habilidad

Referentes: *Joan Jett*, *Patti Smith*, *Blondie*, *Heartbreakers*, *Ramones*, *New York Dolls*, *Iggy Pop*.

Proviene de una familia numerosa de 9 hermanos, padre sindicalista y madre fundadora de la asociación feminista del barrio.



#### 4.4.2. Motivaciones vitales e ideológicas de identificación con el relato inclusivo del punk

La afiliación de las mujeres al proceso subcultural del punk se hallaba dimensionado por motivaciones vitales e ideológicas, aleadas de fronteras étnicas, de clase o nacionalidad. Su discurso identitario representaba una percepción del mundo que -gracias a las herramientas de la cultura *DIY*- ofreció estímulo a la libre expresión creativa rompiendo con los patrones patriarcales interiorizados. Este empoderamiento les condujo a crear sus bandas, depurar su técnica instrumental y evolucionar en la producción de su universo en el que establecieron sólidos vínculos de sororidad.

Loles Vázquez, guitarrista de Las Vulpes para quien el punk también fue un estilo de vida, categoriza que la imposición de estándares técnicos y de virtuosismo son un tributo del patriarcado y su forma de marginar es el ostracismo: **“La guitarra no se toca con la vagina sino con la mano”**.

Vázquez considera que la creatividad musical fue su medio de expresión y su destreza, y no era fruto de una diferencia de género:

Loles Vázquez: **“Nosotras utilizábamos la música, no para querer ser virtuosas con el instrumento, sino utilizábamos la música -yo en esa edad- para expresar aquello que a mí particularmente me apetecía decir, o lo que yo estaba en contra, o lo que a mí me rodeaba, o lo que sentía en ese momento”**.<sup>120</sup>

Koskoff (2014) en su aproximación al feminismo desde una óptica etnomusicológica, argumenta que la actuación musical ofrece un contexto donde entender la negociación del poder en las relaciones entre géneros:

At the heart of all social relations, especially those of gender, lie culturally constructed and maintained notions of power and control (...) Control is maintained through language and other interactions that articulate explicit or implicit threats of withdrawal of such resources. Outward signs of control may include material wealth, large fighting forces or other culturally agreed-upon signs of social status, such as extraordinary mental or physical capacities, age, or gender. (2014, p.81)

---

<sup>120</sup> Entrevista telefónica realizada 12/3/2019

Lucy O'Brien, experiodista musical, académica británica y cofundadora del grupo punk Catholic Girls en 1979, concluye: "Punk was a state of mind: that doesn't change, whether you have children, or if your creativity has left. Punk helped me to fight back. Is about decisions, is about what you will teach your kids" (O'Brien, 2018)<sup>121</sup>.

El punk, como movimiento musical, tuvo su origen en Nueva York aunque, en opinión de las artistas entrevistadas, se nutría de influencias que provenían de las escenas londinenses, sin discriminar si era patrimonio de unos u otros. Alice Bag puntualiza<sup>122</sup>:

**Alice Bag: "I think musicians influence each other. My earliest exposure to punk was in 1976 and I saw it through the eyes of "Punk Magazine", a publication that followed the "New York Punk Scene". So, in my experience it all started in New York, however over the years I've seen signs of early punk all over the world, so it was probably more of an evolution than a spontaneous eruption".**

Exene Cervenka considera que el punk fue solamente una etiqueta que los medios de comunicación atribuyeron a unos colectivos de personas determinados que no encajaban en ninguna parte:

**Exene Cervenka: "They were just crazy people, I would say, they were independent people, people without definition"**<sup>123</sup>

Su percepción es que en el punk se acoplaron todos los artistas que no eran aceptados en su propio sector, - ya fueran fotógrafos o periodistas que no escribían para los grandes medios de comunicación, o actuando en las grandes galerías, sino cualquiera que no encajara en la sociedad estaba en este grupo:

**Exene Cervenka: People didn't had phones, cars, tv's, computers... any of that...so you made pretty good friendships, really solids, because you've had to stay together as a group, or you'll be like nomads".**

La comunidad punk, como otras de las tribus urbanas de los años 1970, fomentaba la participación juvenil en los núcleos musicalmente dinámicos creando vínculos de pertenencia e inclusión con sus seguidores inmediatos. Exene Cervenka, sobrevenida de Florida, al igual que muchos jóvenes que emigraron de sus orígenes buscando oportunidades creativas, llegó a California a mediados de los años 70.

---

<sup>121</sup> O'Brien, L (2018). Cita extraída de la conferencia Kismif con el título: "Holding ground: redefining 70's feminist punk" y celebrada en la Faculdade de Letras do Porto (Portugal) el 5/7/2018.

<sup>122</sup> Entrevista via email 9/9/2019

<sup>123</sup> Entrevista realizada 23/9/2019

John Doe, cofundador con Cervenka de la banda X, admite que el punk de los Angeles nació del rock and roll, el blues, el country y la música latina pero también del arte, la cultura y la frustración política y económica (Doe&DeSavia, 2016). El legado cultural de Doe y Cervenka, y su influencia en la escena del dinámico movimiento punk del sur de California en los años 1970-1980, es reconocido como uno de los periodos creativos más vibrantes de la historia del rock'n'roll.

Exene Cervenka evoca la gran inseguridad que le producía compartir escenario en Nueva York con la nuevas y exitosas bandas de su generación, como Blondie o The Cramps, y a pesar de lo novedoso de aquella escena, aprendió su lugar<sup>124</sup>:

**Exene Cervenka: "I was a vagabond, and they've look like grown up intelligent, accomplished, amazing people" (...) "Everybody was accepted. There were people younger and more naïf even than I was..."**.

Alice Bag, coetánea de Cervenka en la escena californiana, confiesa que su transición musical fue desde el *glam* hacia el punk. Ambos géneros desafiaban las convenciones del rock tradicional, con la diferencia que el *glam* desplazaba a la mujer a un estatus de segunda clase y el punk, en cambio, era un género musical más igualitario:

**Alice Bag: "Women were relegated to the role of muse or groupie. Women's agency was limited in the glam scene" (...) "Punk wasn't skill-based. Punk valued uniqueness and originality over technique, so for many women who didn't have the role models or experience, glam was not a viable outlet"**.

Alice Bag lo simplifica con un alegato feminista:

**Alice Bag: "I can tell you that there would be no punk scene without the women. The L.A. punk scene was very inclusive. Most bands had women, queers, and people of color in them and it was the participation of this broader sampling of the population that made the music more interesting. The contributions of new voices that had previously been silenced made for exposure to new sounds, new styles, new ideas"**.

Los testimonios acreditan que, efectivamente, en el movimiento punk la mujer se sentía empoderada y segura:

---

<sup>124</sup> Las citas -en **negrita**- recogidas en este apartado, si no se indica lo contrario, corresponden a las entrevistas efectuadas para la investigación.

Alice Bag: **“In the early years of punk women were bosses. We felt confident and unstoppable. We validated ourselves and validated each other. We were not asking for permission to be accepted in someone else’s scene, we were co-creators of the existing one and took ownership of it”.**

Esta deducción de Alice Bag es compartida por Loles Vázquez y su visión de la escena en España, admitiendo que el punk era el espacio donde encajaban nuevas voces, y en el que la habilidad musical no era un impedimento.

El panorama en el Reino Unido fue similar para Gaye Black que considera que el punk era una escena abierta, dónde cualquiera podía expresar sus anhelos:

Gaye Black: **“It was more like a mindset if you like on these days”.**

Gina Birch bajista, aún en activo en The Raincoats, es además de activista punk una notable videógrafa:

Gina Birch: **“I’m all those things, but lo fi, under the radar, outsider, just beginning to emerge now in my 60’s, as recognition of women’s achievements is part of the zeitgeist”.**

Birch reconoce que en el Londres de 1976 -y en el punk- encontró a su tribu y admite que era una escena musical donde eventualmente se podía conceder que era inclusiva aunque en ocasiones era una inclusión aceptada de mala gana.

Gina Birch: **“Creative, anarchic, ideas more than skill, courage, it was eventually much more female than earlier!!”**

Birch cita a Geoff Travis, productor y fundador de la discográfica independiente *Rough Trade* dónde firmaron la mayoría de las bandas punk británicas, como un ejemplo de buenas prácticas inclusivas en la industria. Travis contrató a Ana De Silva, cocreadora de The Raincoats, para colaborar en su sello enriqueciéndose mutuamente con sus conocimientos e ideas.

La insubordinación a las normas, la transgresión y la espontaneidad diseminaron una cultura feminista revolucionaria y liberadora. Lo personal es político, aquí fue materializado con las herramientas de autogestión de sus carreras al margen de las compañías discográficas.

Loles Vázquez (Las Vulpes), entendía la vida como una lucha, y describe como el punk se convirtió en un medio de autogestión:

Loles Vázquez: **“Yo he visto a mi padre y madre encerrados en Iglesias. Nos llevaban a manifestaciones y huelgas, la policía en casa queriendo llevarlo a la cárcel” (...)** **“Yo no tengo dinero para montarme un estudio y que mi padre me de dinero, con lo que teníamos podíamos plasmar lo que queríamos (..) una fotocopiadora y un monta y pega. La ropa, un cortar, coser, romperlo de nuevo...”**.

La resistencia cultural del punk iba unida a una mentalidad anarquista de ocupación. Vázquez, por ejemplo, reconoce que se integró en *squatters* de Holanda y en los *gatzetxes* -centros culturales bilbaínos autogestionados donde los jóvenes podían tocar, pintar, hacer danza e inclusive crear una radio libre-.

En “The Raincoats” (Pelly, 2017), su autora, glosa los inicios de la banda y describe como la libertad creativa en los *squatters* permitía a sus acólitos la experimentación y una sensación de conquista: “Their rudimentary sound was carefully sculpted with what they had: the time to work, and the space to do it. It was lived in. They became strong players” (Pelly, 2017, p.68).

En este entorno, los fanzines surgieron espontáneamente como escuela para la visualización de las bandas independientes. Estas publicaciones eran editadas y diseñadas con el objetivo de distribuirse gratuitamente y dar a conocer los nuevos grupos.

Cervenka (X) recuerda la influencia de mujeres como Pleasant Gehman en los Angeles, y publicaciones como “*Lobotomy Magazine*”, “*Flipside*”, “*Slash*”, **“and just the little ones that came and went”**.

Alice Bag confirma que las publicaciones convencionales carecían de interés para su comunidad punk y según la escena crecía, desarrollaron sus revistas **“limited-edition, hand-lettered zines”**, sus propios discos y viviendo al margen de las opiniones de los expertos sobre su música y sus aptitudes:

Alice Bag: **“As a consequence of that attitude, we had a wider variety of voices telling our stories in the early days of punk and much less sexism. I’m talking about 1976,77,78, it wasn’t until punk blew up and spread to become part of mainstream culture -and those stagnant old established journalistic voices began trying to tell our stories- that women began to be erased as co-creators of the punk scene”**.

#### 4.4.3. Invisibilidad en los medios

¿En qué manera el patriarcado omitió del relato periodístico las opiniones y la promoción de las carreras de las artistas entrevistadas?

Los testimonios en primera persona nos transmiten que existió un relato androcéntrico de los medios de comunicación junto a la acción de los *gatekeepers*, privándonos de unos referentes femeninos en la historia de la música popular junto con otros asuntos subyacentes, como la explotación y la opresión de la que fueron objeto. Alice Bag recuerda que en las revistas que compró en su etapa estudiantil como *Cream* o *Circus* jamás descubrió referentes femeninos:

Alice Bag: **“Very rarely showed women as musicians or creative beings. When women were mentioned in those magazines, it was to frame the sexual adventures of the male rockers they regularly featured”.**

Exene Cervenka opina que la prensa convencional no era especialmente sexista, aunque sí masculina, a excepción de una mujer brillante en el periodismo musical, Kristine McKenna:

Exene Cervenka: **“I think there were more male writers. I don’t think there was any sexism on the mainstream media, in Los Angeles, at all. The people that wrote were Steve Hartman, Chris Morris, Richard Meltzer, there were others even Robert Hilburn. They were very very intelligent. They were writers with a really good historical sense”.**

Cervenka creció en Illinois escuchando Ray Charles, Tammy Wynette o Jefferson Airplane. Reconoce con ingenuidad que en aquel universo alejado del mundo del espectáculo, jamás hubiera podía intuir que Ray Manzarek de The Doors produciría su disco. Establecida ya en Los Angeles, recuerda leer noticias en los medios *mainstream* sobre Chuck Berry, y otros ídolos desconocidos por muchas de las bandas de su entorno provenientes del sur de California, y que conformaban la primera generación de padres divorciados, de hogares rotos y con problemas de drogas. Sin lugar a duda reconoce que estos medios fueron los responsables de la invisibilidad de la mujer en la historia de la música, una discriminación que ha llegado hasta nuestros días:

Exene Cervenka: **“Of course, they are responsible. Because they are the gatekeepers, they are not the people they give information, they are people that hide information, more and more as we see now”.**

Añade como ejemplo a Sister Rosetta Tharpe, quien fue obviada en la recopilación de los 100 mejores guitarristas de la revista Rolling Stone e ignorada en los años 50 simplemente por ser mujer y ser religiosa.

En Reino Unido, Gaye Black percibe claramente que la historia de la música devaluó la participación de la mujer y su destreza, según Black, este hecho es claro en el género rock liderado por hombres dónde según manifiesta, la mujer actúa como fan. Acentúa que la mayoría de los informantes eran hombres, y recuerda en especial a Tony Parsons que escribía en NME:



Gaye Black: **“He made sexist remarks, all very old fashioned. He made comments critical of my playing because I was sort of a freak”.**

The Raincoats ignoraron a la prensa tradicional. Gina Birch, su fundadora, constata que los fanzines eran muy importantes y que el punk no existía en la televisión, pero recuerda a una de las figuras admiradas en la radio, el *discjockey* John Peel. Birch admite que las críticas que cosecharon por parte de la prensa musical fueron desiguales y en su mayoría escritas por hombres:

Gina Birch: **“Some hated us like the NF idiot Gary Bushell” (...)** **“Mostly men... only Vivien Goldman and Caroline Coon, then Julie Burchill”.**

Loles Vázquez, fue la protagonista de uno de los casos más funestos del patriarcado del rock y su sexismo durante la Transición española. Fue la creadora de *“Me gusta ser una zorra”*, una versión muy particular del tema *“I wanna be your dog”* que en 1969 granjeó a su autor Iggy Pop, el número 16 de las 200 mejores canciones de los años 60.

En su letra Vázquez canta:

*“Prefiero masturbarme, yo sola en mi cama /Antes de acostarme con quien me hable del mañana/  
Prefiero joder con ejecutivos/ Que te dan la pasta y luego vas al olvido”.*

El video de este tema fue emitido el sábado 16 de abril de 1983 en el programa musical *Caja de ritmos* de la televisión pública española (TVE), posterior a las series infantiles matinales, y se consideró una afrenta que se tradujo en una querrela de la fiscalía general del estado por escándalo público. Loles Vázquez fue estigmatizada, sufrió vetos, amenazas y agresiones por circular en el mundo de lo público, incidente que adquirió una dimensión propia de la caza de brujas:

Loles Vázquez: **“En el Rockola nos pegaron. Y en Benavente fueron dos autobuses de fachas a tirarnos botellas desde arriba. ¡Que lo hemos pasado mal! ...pero todo esto no salía en la prensa. Vendía el escándalo, vendía lo de zorra, vendía lo de tal... pero no lo que el grupo llevaba detrás, lo que cantábamos. Se quedó todo en “Me gusta ser una zorra” y en esa frase. De hecho, nos llamaron de la revistas “Interview” para posar desnudas, de “Lib”, de un montón de sitios.”**

La carencia de recursos económicos para enfrentarse a los efectos de su audacia tuvo como contrapartida que la industria extinguiera a Las Vulpes y su carrera discográfica:

Loles Vázquez: “... Nadie nos defendió, no teníamos abogados en aquellos años y hoy en día no cobro nada” (...) “Nunca cobre royalties del sencillo que sacamos porque la discográfica se declaró en quiebra. En 1983 no había internet, así que no podíamos firmar que esos derechos de internet los vendíamos y por ahí estamos varios grupos de aquí, moviéndonos para ver si por las descargas podemos recibir algo”.

La provocación de Las Vulpes suponía una fractura de los límites de la sumisión y lo socialmente permitido a una mujer en el mundo de lo público: “Fueron un aviso, una premonición, un acto pionero para el rock femenino a bocajarro”<sup>125</sup>.

El acontecimiento tuvo lugar durante el mandato del gobierno socialista y democrático de Felipe González, en plena despenalización del aborto y en el contexto social de cambio de códigos políticos y valores éticos y estéticos en la cultura española. En esta coyuntura, la subcultura punk supo aprovechar muy bien los altavoces que les ofrecieron las radios libres, las primeras emisoras FM, las televisiones públicas y privadas.

El patriarcado, presente y vivo en los medios tradicionales como el periódico conservador ABC, despreciaba con violencia el discurso reivindicativo de las Vulpes:

Degrada a la sociedad española, subleva al padre de familia, indigna al ciudadano responsable, quebranta la intimidad del hogar, lesiona lo establecido en la Constitución y traspasa los límites de lo tolerable. Es una vergüenza, lo mismo aquí en España que en cualquier otro país de la Europa democrática. No existe una nación civilizada desde las Monarquías nórdicas a las Repúblicas mediterráneas que un atropello de esta clase pueda consumarse <sup>126</sup>

Y de nuevo otra crítica a las Vulpes en el diario conservador ABC:

“¿Se trata de una vocación heredada, furcia la madre, furcia la hija? ¿O es que la mocita ha salido ligera de cascos, casquivana, que dicen, y se dejó rodar hasta que salió a la tele a pedir guerra?” <sup>127</sup>.

---

<sup>125</sup> Zarata, I. (1992). La edad de oro del pop español, Luca Editorial. Citado por Carlos Bouza (29/3/2018) en Pikara online magazine. Recuperado de: <https://www.pikaramagazine.com/2018/03/las-vulpes/>

<sup>126</sup> Anónimo. Diario ABC. Opinión: “Ya basta”. 27/4/83, p. 15.

<sup>127</sup> Jaime Capmany. Diario ABC, 28/4/1983

Cuando la mujer artista clama su autosuficiencia, se naturaliza la violencia mediática y el control de la palabra y del espacio público. Keane (2004) considera que la violencia es una agresión gratuita y, en una u otra medida intencionada, a la integridad física de una persona que hasta aquel momento vivía en paz. “So even when it comes dressed in velvet, violence is a relational act in which the victim of violence is regarded, involuntarily, not as a subject whose “otherness” is recognized and respected, but rather as a mere object potentially worthy of bodily harm, or even annihilation” (2004, p. 36).

#### 4.4.4. Feminismo identitario

“I define feminism here as essentially a political philosophy, where political is taken in its broadest sense to describe both social and individual belief and action directed toward unequal power relations based on gender” (Koskoff, 2014, p. 7)

Las mujeres de la generación punk nacidas a finales de los 50 fueron receptoras de los grandes logros del feminismo en favor de los derechos de la mujer; la píldora anticonceptiva, el derecho al aborto, o la posibilidad de adquirir una tarjeta de crédito sin autorización de su pareja.

Exene Cervenka, como tantas mujeres de su generación, revela con decepción cuando a los 16 años abandonó el instituto para trabajar en una gasolinera y fue despedida por el propietario al rechazar sus insinuaciones:

Exene Cervenka: **“And of course, women should be equal than men. Of course, now they are. There’s nothing a woman can do legally, I don’t know. There is a reason to stray for excellence, but no reason for excuses”.**

Cervenka certifica que las historias de personajes depredadores como Harvey Weinstein, en el entorno cinematográfico, eran una norma a finales de los años 70 y principios de los 80 y un momento de lucha para la mujer:

Exene Cervenka: **“It was an era of individual: how far can I get in this world on my strengths, on my merits, on my talents and is my group of people going to help me, ¿and we are all going to go together?”.**

Tomamos como referencia a bell hooks -nombre literario escrito en minúsculas- de la autora y activista norteamericana Gloria Jean Watkins, experta en feminismo interseccional.

Patriarchal violence in the home is based on the belief that it is acceptable for a more powerful individual to control others through various forms of coercive force. This expanded definition of domestic violence includes male violence against women, same-sex violence and adult violence against children (2015, p. 61).

The Raincoats, fue la primera banda punk en llamarse a sí mismas feministas. Birch considera que la falta de referentes femeninos y la visibilidad del legado de la mujer en el rock ha conllevado que menos mujeres se lanzaran a una carrera musical:

Gina Birch: **“I think it is very empowering to have role models. Without them, some things feel out of reach. Every now and again, someone breaks those taboos and floodgates open. Sometimes, though, the circumstances prevail that make women feel very uncomfortable in those roles and they retreat (..). The class system in the UK is male dominant, and women don’t fit too well. Maybe as running cakes stands and charity dos!! Ha ha. I don’t know if that has changed now.”**

Alice Bag reivindica al grupo femenino *Go-Go’s*, pioneras y audaces artistas que nacieron en la primera hornada punk de los Angeles:

Alice Bag: **“What they did was because of the confidence they gained from being part of a scene that enjoyed an abundance of strong creative women”.**

¿En qué consistió el paradigma del feminismo punk? El modelo subversivo del punk otorgaba empoderamiento y respeto a la mujer. En España, el caso que protagonizaron las Vulpes en 1984 fue un agravio, pero en la sociedad norteamericana el punk supuso una oportunidad histórica.

Exene Cervenka: **“Yes! There was a moment where it was fantastically equal, and it didn’t matter what you looked like. It didn’t matter if you were a great musician or a great singer. You were important because of cultural and societal changes if you want. Things you were saying, you were doing, you were changing. Everything was changing, and then, it got kind of compromised like everything does.”.**

Cervenka subraya que ella no tuvo necesidad de abanderar el feminismo en su entorno, en su tribu y en el club “Masque”:

Exene Cervenka: **“If you said you were a feminist; you’ve get laughed because you didn’t have to say you were a feminist. You were obviously there, you were powerful, you didn’t have to have a label. You couldn’t get pretentious because they would take you down. If you would get successful, people would attack you sometimes, which isn’t good, but it depends on how or why you were successful. But we would all support each other, we wanted to each other all the good...”**.

La intolerancia hacia las formas de dominio y la injusticia eran parte del ideario feminista como bien expresó hooks (2015) y Gallego y Muntané (2020), que lo definen como la ideología que da soporte a un movimiento social y político.

Gaye Black no sentía propia la etiqueta feminista, ella se identificaba como una bajista, no una mujer bajista, y reconoce que en el entorno de la música se ignoraba a la mujer:

Gaye Black: **“I certainly stood up for other women. It wasn’t overtly political...”**

Gina Birch recuerda cuando Vicky (Aspinall) se unió a su banda, The Raincoats:

Gina Birch: **“We took the word on to describe our practice and became more interested in literature and ideas around feminism. Some of it was very depressing. It tended to outline the issues that seemed endlessly set up against women”**.

Alice Bag se reconoce como feminista y su recuerdo de la escena pionera del punk de los Angeles es que era inclusiva favoreciendo nuevos roles profesionales para las mujeres como managers, *roadies*, fotógrafas, escritoras, programadoras de conciertos en clubs:

Alice Bag: **“Before I knew there was a word for believing that women are complete human beings deserving of respect and equal opportunity” (...)** **“I think most of us felt like we could do anything our male counterparts were doing”**.

Cervenka invoca que hubo grupos que nacieron por empeño -y a contracorriente de la industria discográfica- y otros, como el grupo femenino The Runaways, fue engendrado por Kim Fowley, un mánager manipulador.

Exene Cervenka: **“Only a man would have done that, sorry to say. I think women were struggling so hard at that point in history. To be network executives? To be on board? They didn’t care. They had their own career to worry about, they had their own movies to make, to sell and to prove”**.

En opinión de Alice Bag la diversidad y la inclusión no alcanzó a los medios ni a las compañías discográficas:

Alice Bag: **“Of course, many of the top positions in established major label record companies and the national press were still dominated by white heterosexual males who turned every act and article into an extension of themselves. So, while *DIY* made punk accessible to the masses it did not provide for the type of capitalist success that some musicians crave”.**

Alice Bag abraza la exclusión en forma de resistencia:

Alice Bag: **“I’m a brown, queer woman with an unconventional sense of style (...) It’s hard to speculate on other people’s perception of me. I’m used to being treated differently, but I’m also used to not paying too much attention to it. (...). I carry myself in a way that makes me feel happy with who I am, how others feel is none of my concern. However, if someone says anything rude to me, I usually give back as good as I get”.**

Es decisiva la influencia que la creatividad y actitudes de estas mujeres ha ejercido en la representación de roles en las generaciones posteriores. Así lo expresa Gaye Black, bajista en el grupo The Adverts, donde ella era la única mujer:

Gaye Black: **“Oh yes, it certainly did, which is the most heartening thing that is come up from it. So many people come to me to tell me: joh you have inspired me to take up the bass or to join a band!”.**

Exene Cervenka opina que es difícil discernir si las bandas femeninas eran contratadas por las *majors* o las independientes para cumplir un cupo en su catálogo, o si realmente existía un propósito económico:

Exene Cervenka: **“There was a lot of money then to sign bands and take a chance. I think there was probably some people that believed on those bands, like people believed on us, but then, they were on something else that made more money”.**

#### 4.4.5. Construcción identitaria e imagen

“By consuming particular styles of clothing, music and suchlike young people establish a sense of stability, however temporal in nature, in their lives” (Bennet, Cieslik & Miles 2003, p. 177).

La iconografía de la estética punk ofreció nuevas referencias identitarias más allá de los géneros. En el caso de las mujeres, les confirió agencia e influencia. Frith (1996) lo ejemplifica cuando propone como algunos elementos del atuendo punk como la parafernalia del bondage sexual fueran utilizados “for shock value and to a generalized feminist anger” (1996, p. 195), e incluye el factor de la identidad vocal como un agente que sexualiza el cuerpo connotando socialmente lo que significa ser hombre o mujer en la representación escénica y en términos de poder sexual y deseo.

¿Cómo estas artistas consiguen crear espectáculo con sus cuerpos, sus voces y cómo mantienen el control de sí mismas en el escenario, un espacio dónde son objetualizadas por una mirada masculina con una carga de cientos de años de patriarcado? La voluntad de estas mujeres por mostrar al mundo su manera de entender la música las convirtió en referentes y pioneras, aunque tuvieron que luchar contra los estereotipos que buscaban objetualizar su imagen.

Gaye Black: **“Definitely yeahh... they would feature pictures of me... not of the rest of the band which I didn't like, and the band didn't like it either. Made some episodes sometimes difficult”.**

Cervenka admite que su fotogenia era el imán sobre el cual se enfocaban las miradas y en este sentido tuvo ventaja:

Exene Cervenka: **“I was an unusual commodity because everything else was more man”.**

Loles Vázquez tenía sus convicciones respecto a su imagen y cómo quería ser vista. Las Vulpes eran un grupo de mujeres adolescentes a las que tentaron para cambiar su imagen:

Loles Vázquez: **“Nos ofrecieron poner nuestra cara y el cuerpo de otra tía... pensando que igual era porque no estábamos contentas con nuestro cuerpo, (...) y es que estoy muy contenta con mi cuerpo, (...). Igual por eso hacían que me tapara más”.**

La cosificación por parte de los medios tradicionales y la industria musical supuso que muchas mujeres ocultaran o boicotearan su femineidad y se identificaran con una imagen más andrógina alejada de los estereotipos adoptando una actitud masculina para sobrevivir física y emocionalmente en el ambiente del rock. En otros casos, se prestaron a la exhibición de sus cuerpos de forma radical y desacomplejada obteniendo un rechazo explícito del patriarcado como hemos argumentado anteriormente en el caso de Las Vulpes.

Cervenka, por ejemplo, arguye que ella supo aprovechar la ventaja y la desventaja de no ser una imagen estereotípica de mujer:

Exene Cervenka: **“Man have never objectified me because they are not attracted to me that way. There’s a specific type that man like; and it is a very vulnerable, very pretty, very innocent, kind of feminine and I don’t have it (...) I am not your sex pot, sex object. I don’t look a certain way; I don’t dress a certain way”.**

Confiesa que en cambio, la actitud masculina fue una postura que la ayudó:

Exene Cervenka: **“I don’t think its gender specific to be strong. I think for sure I did, but I also wore dresses, weird little outfits and red lipstick and was very female, but I was also one of the guys on a lot of ways being on a tour with all men, an all-man crew, on all man venues, and all men bills”.**

Tampoco se sintió cosificada y opina que nadie trató de comprometerla sexualmente en su profesión:

Exene Cervenka: **“I wanna put women down by saying only certain women lend themselves to being victims but there are certain qualities that we look for as humans: body language, and there is no arguing with that”.**

Gaye Black, única mujer en su grupo, *The Adverts*, admite que muchas artistas tuvieron que utilizar esta estrategia, pero otras no y concluye que, en su caso, la androginia no fue el método de supervivencia ante la depredación en un entorno masculinizado

Gaye Black: **“I didn’t want to look like a sort of girlie girl. So... I always dressed how I always did before I was in a band. And then someone like Debbie Harry would dress like a girl, not I am suggesting that I wore a dress and draw attention to the band” (...)** **“... androgyny was how I was. I would identify with a kind of band with males, with music and things, and I never thought about myself as a particularly girlie girl”.**

Esta identificación con lo andrógino tampoco fue para Alice Bag un mecanismo adoptado para sobrevivir:

Alice Bag: **“I feel androgynous, I know I don’t always look it, but I always feel that my energy is androgynous. it’s just the way I’ve always felt”.**

Gina Birch precisa que prescindió de adaptar su comportamiento o su estética al convencionalismo de las faldas cortas o los escotes, ya que no era su estilo, y afirma que, en todo caso, el cultivo de una imagen fuera de lo habitual era para los grupos una forma de innovar y ser creativos.



Exene Cervenka utiliza la regla de la inversión para ejemplificar el caso de una diva como Madonna:

Exene Cervenka: **“So... you would like all the women to be some kind of guy that gets groupies? I am not sure why that’s feminist: to be a whore, to be like a man. Women becoming man is the answer. I don’t think man becoming women is the answer”.**

Cervenka alude a su responsabilidad como artista y en ofrecer referentes positivos en claro compromiso hacia las jóvenes generaciones. En el momento actual, en su opinión, la imagen de la mujer en la música es básicamente la de una mujer hiper sexualizada:

Exene Cervenka: **“It seems that everybody is a stripper, basically. Sex worker as... pretty much that’s women on bands now are (...). And they are singing to little kids”.**

Sería enriquecedor que a estas feminidades alternativas pudiéramos otorgarles una visibilidad desde la óptica femenina, en lugar de verlas como un producto cultural controlado por el hombre, por ello cuando Alice Bag se describe a sí misma en escena lo hace desde una óptica ritualista:

Alice Bag: **“I am most of the time to the person you see on stage” (...) “When I’m going to play music, I really value solitude to gather my energy and make a transition from the quiet introvert”.**

Es acertada la cita de Ngozi Adiche (2014) cuando afirma que sin el peso de las expectativas de género seríamos seres más libres: “The problem with gender is that it prescribes how we should be rather than recognizing how we are” (2014, p.34). En este sentido es relevante el ejemplo de Alice Bag y el concepto que creó para The Bags, una noción escénica intrigante, carente de género e identidad, y para ello propuso a su banda que ocultasen sus rostros con bolsas de papel recortando ojos, nariz y boca visibles emulando máscaras. Un componente teatral que finalmente fue descartado:

Alice Bag: **“... we just dressed in whatever felt good on that particular day and most of the time what felt good for me were thrift store clothes that had been altered to suit my mood. The alterations could be achieved with paint or dye, cutting and re-sewing damaged clothes or just attaching additional decorations on cast off clothing”.**

El punk favoreció la creación de nuevos y poderosos roles más plurales, integradores e igualitarios. Alice Bag buscaba urdir una imagen teatral y para ello busco inspiración en el look de una banda *glam* como Kiss. Loles Vázquez, afirma que creaba sus diseños a base de plástico, de romper y desteñir su ropa con lejía y al mismo tiempo vestir con un abrigo largo negro, un sombrero y unos tacones:

Loles Vázquez: **“... Cuando se llevaban mucho las mallas, nosotras cortábamos los pies de unas medias y nos los poníamos y por esto ya éramos putas”.**

A través del aprendizaje sobre el vestido y la identidad se construye un pensamiento crítico y transformador. El cuerpo se convierte en un medio de comunicación a través del cual mostramos obediencia o rebelión a las normas sociales y formas de consumo. Exene Cervenka admite que su interés por la imagen y el atuendo fue precoz, y una de las influencias para su construcción fueron las películas mudas de la época de Clara Bow:

Exene Cervenka: **“...we would love to wear this 20’s beat gowns that we would find on Thrift shops, but with platform shoes and all this makeup and hang up with the drag queens”.**

Entre los roles femeninos que la influenciaron menciona Debbie Harry y la artista británica Shirley Manson:

Exene Cervenka: **“...What I loved about her was her natural sexuality and beauty, she has this stunning kind of natural inner and outer beauty that isn’t made up, isn’t” (...). Manson is super encouraging to all women of any.... Transgender people and all that., way more than anyone else that we would ever know”.**

Cervenka admite que la elección de su vestuario en escena era improvisada, así como sus recursos y elementos como la elección de maquillaje o la barra de labios que estaba limitada a un solo color el rojo:

Exene Cervenka: **“Maybelline red number 2. That was it. Otherwise, was pink, red, brown, or frosty. Then, all the sudden Mary Quant came out in England and you could get dark lipstick and kids were coloring their hair with Cool Aid. We had to practically make our own make up but then it became fun”.**

Gaye Black admite que solo vestía con tejanos y una camiseta, y este factor era atribuible a su estrechez económica. La vaga imitación al estilo de bandas como *Ramones* o *The Clash* era su única concesión a la causa punk, en contraposición a grupos coetáneos británicos con una identidad construida conscientemente como *X-Ray Spec*.

Gina Birch y The Raincoats, eran *“full-time punks”* pero tampoco se sentían motivadas a tomar un compromiso en cuanto a un atuendo en sus actuaciones. El punk, en sí mismo, no aceptaba más parafernalia, y ellas confiaban en sus habilidades manuales con la máquina de coser, las tiendas de segunda mano, y las técnicas de decoloración y pintura:

Gina Birch: **“We might make our hair a bit more tousled and be slightly more colorful” (...)** **“We wanted to be out of synch non girly with surprising girl touches...big boots or shoes, galoshes, and stick thin legs, big wooly jumpers or spotty dresses the wrong size”.**

La liberación de los cuerpos de los atuendos restrictivos supuso una inyección de autoestima para la mujer punk, volatilizando todas las teorías sobre la apariencia socializadas por pensamientos sexistas. En cierta forma, las mujeres del punk, con sus intervenciones, sus looks andróginos y la inclusión de su escena y su diversidad, ofrecieron representaciones alternativas de belleza libres de prejuicios, de competición, lejos de los estereotipos y los mandatos de la moda y la apariencia.

#### 4.4.6. Resiliencia ante los obstáculos

La recuperación de la historia protagonizada por las mujeres es una de las intervenciones más exitosas del feminismo contemporáneo. Visibilizando la exclusión de la que han sido objeto, reforzamos el respeto y reconocimiento a su lucha.

El techo de cristal en el ámbito musical ha relegado a la mujer de las posiciones ejecutivas por falta de perfiles profesionales. Uno de los factores de ésta insuficiente representación se debe a las políticas de conciliación para las mujeres artistas que han optado por la maternidad. Así lo verbaliza Alice Bag:

Alice Bag: **“Being a working mother is definitely very different from being a working dad. Society’s expectations have not kept up with the reality of women in the work force. It’s especially difficult for female musicians who generally work late nights”.**

Gina Birch, quien asumió la maternidad con la adopción de sus hijos a los 40 años, sugiere que las ocupaciones laborales donde las mujeres son más visibles son: **“In roles that nurtured others, secretaries, cooks”.** Birch no considera que el poder de la mujer en posiciones ejecutivas les hubiera garantizado más proyectos participados por ellas:

Gina Birch: **“I think women were pitted against each other, made to feel competitive”**

Y concluye que durante el punk, las mujeres obtuvieron visibilidad, pero fue durante un breve periodo, y cita a Rough Trade, como una compañía que tuvo estándares igualitarios entre sus objetivos promocionales y comerciales.

Alice Bag opina que el progreso laboral de la mujer, y su visibilidad en la industria discográfica, es lento:

**Alice Bag: “There are more female performers but still not nearly enough producers, engineers, record company executives. Some of the top tiers in the industry in terms of pay and prestige are still a boy’s club”.**

Pero ya no sólo las oportunidades laborales son patrimonio de un selecto grupo, sino que este grupo también manipula la realidad de los hechos invisibilizándolos:

**Alice Bag: “As mainstream media began to tell the story of punk; the contributions of those groups would be ignored. I remember going to the library, looking at the section on punk and seeing a bunch of books about boy bands with a handful of women set on the side like a sprig of parsley on a plate full of sausage. The story was no longer about diverse voices it was distilled to support the patriarchal world view”.**

Alice Bag observa que la madre de familia que trabaja fuera del hogar es a menudo identificada con una mujer estresada que negligencia a sus hijos, un hecho que las estigmatiza y que debería cambiar:

**Alice Bag: “I think it’s very important for parents to find balance, to create a family dynamic that nurtures all family members and creates a division of labor that is equitable and sustainable”.**

Alice Bag estima necesario modificar el doble estándar que disculpa al varón y culpabiliza a la mujer:

**Alice Bag: “Society’s expectations have not kept up with the reality of women in the work force” (...)  
“In my case, I felt very guilty taking time to play guitar or write a song when I knew there might be housework that needed my attention”.**

Existen otros obstáculos que hemos identificado, como la manipulación, el escarnio o la burla, propios de sociedades retrógradas y misóginas. Loles Vázquez lo ejemplifica con su experiencia con las Vulpes:

**Loles Vázquez: “Ibas a tocar a un local, a Rockola, y eran hombres los que lo llevaban. La mujer era la camarera”.**

En las compañías discográficas ellas ejercían de secretarías, no había mujeres ni en los medios, ni en el estudio de grabación y su percepción del entorno era de machismo:

**Loles Vázquez: “... nosotras éramos esas niñas tontas que se han metido en la música, no saben tocar, pero han pegado un pelotazo en televisión, vamos a explotarlas y ya está”.**

La masculinidad patriarcal (hooks, 2015) enseña al hombre que su sentido de ser e identidad reside en la dominación de otros:

We do know that patriarchal masculinity encourages men to be pathologically narcissistic, infantile, and psychologically dependent on the privileges (however relative) that they receive for being born male. Many feel that their lives are being threatened if these privileges are taken away, as they have structured no meaningful core identity. (2015, p. 70)

Vázquez, verbaliza el impacto y el alto precio de la conciliación:

**Loles Vázquez: “Me costó muchísimo salir como mujer (..) tuve que tirar sola con un hijo para adelante, se me murió mi pareja. Entonces tienes que trabajar, estas sola, estas embarazada y luego encima casi no decía que era del grupo de las Vulpes porque pensaba pues eso que me iban a tratar como una zorra. Vulpes era el nombre que había escogido para mi grupo. No era una analfabeta. (...) Si decía que venía de ese grupo no me iban a tomar en serio en mi profesión. Llegué a ser directora de hotel y tuve que ocultar eso...”**

Loles Vázquez encubrió su pasado artístico para alcanzar oportunidades de futuro como profesional de la hostelería:

**Loles Vázquez: “Igual si dices que venias de otro grupo, un grupo de hombres, si dices que has tocado con Miguel Ríos o gente así, tienes otro status, pero decir que venía de Vulpes...”**

En 1993, cuando fue asesinada su hermana Lupe Vázquez batería de las Vulpes, Loles fue consciente del legado y de su hazaña con su grupo.

**Loles Vázquez: “¡Pero tuve que pasar! (...) En todos estos años el sexismo me ha afectado en todo lo que he hecho: me afectó en la música, luego me afectó cuando llegué a directora de hotel, pero lo fui por poco tiempo (...). Cuando llegaba la feria Fitur, te mandaban acompañada siempre del hombre que era quién firmaba los contratos”.**

El techo de cristal al que se enfrentó Loles Vázquez persiste en esta y en otras profesiones. Gaye Black reconoce que la mujer hoy está más involucrada en la escena musical y representada en grupos, pero no a niveles ejecutivos:

**Gaye Black: “... I supposed that men being sexist is no longer happening in punk bands, men are older ... and probably had time to be enlightened”.**

Alice Bag, imprime optimismo en su respuesta cuando opina respecto al nivel de mujeres en el espectro de la música convencional actual, y admite que aunque esté muy lejos de la igualdad: **“I hope the best time is yet to come”**. La voluntad de que sus voces se escuchen sigue presente, así como la reivindicación de mejores condiciones laborales y la creación de medios y organizaciones participados por mujeres para ganar una voz pública. Como conclusión al análisis, un dictamen de empoderamiento de la propia Alice Bag:

Alice Bag: **“I try to ignore obstacle in my life, there are just too many for me to allow myself to focus on them. Something that might be intended as an obstacle, I see as a challenge. If I want something, I’ll take the challenge”**.

## Interpretación final

Las/los jóvenes son seres culturales que no pueden desprenderse de sus experiencias en la vida cotidiana. La subcultura punk fue, en este sentido, una de las formas de vida cultural emergiendo de unos procesos de coproducción cotidiana: *“Social structures and cultural forms do not exist separately from each other, but are connected within a continual process of co-production”* (Bennet & Woodman, 2015, p. 187).

El punk reconocía a sus congéneres compartiendo un inequívoco sentido de comunidad, de compromiso y pertenencia a su tribu en el que la mujer se sintió amparada y empoderada por llevar a cabo su profesionalización en un entorno más inclusivo.

Las entrevistadas concurren en que su afiliación al punk las conllevó a desligarse de vínculos familiares y geográficos. Exene Cervenka asimila la escena punk con un grupo de rebeldes muy independientes, y confiesa sentirse como una nómada en sus primeras actuaciones ante la escena bohemia y underground neoyorquina a pesar de que su banda “X” llegara a alcanzar una merecida repercusión mediática.

Alice Bag, se reafirma en la inclusividad de la escena punk californiana que abarcaba personas *queer*, gente de color, y admite que su propia agencia refrendó su validación en el grupo. Gina Birch, alude a un sentimiento de clan rebosante de creatividad, anarquía, ideas y coraje.

Gaye Black, opina que el punk era una mentalidad, una manera de estar en el mundo. Loles Vázquez, reconoce que nada iba a truncar su voluntad de expresarse musical y creativamente, no era una cuestión de género, de virtuosismo o de destreza sino de empeño.

La ética de la autogestión *DIY* fue vital en el desarrollo de sus incipientes carreras. Las entrevistadas revelan que habitaron en *squatters*, grabaron en sellos independientes y obtuvieron resonancia en los fanzines de ilimitada creatividad.

Como constata Alice Bag, el punk en sus orígenes no era sexista; consagraba representaciones de género diversas y desacomplejadas, pero cuando estas voces llegaron a los canales *mainstream*, fueron progresivamente borradas como cocreadoras de la escena punk.

La investigación pone de relieve como las culturas empresariales sexistas de la industria musical truncaron sus aspiraciones. Las cinco entrevistadas desgranán nombres y apellidos que señalan a los *gatekeepers* como únicos responsables. Para Gaye Black y Loles Vázquez la exclusión fue el factor de abandono de sus carreras. Los tradicionales estereotipos de género arraigados en la educación y los valores tradicionales retroalimentan una serie de principios hegemónicos cuyo peso y persistencia actúan consciente e inconscientemente en nuestras decisiones y cotidianidad. En el terreno performativo, las feminidades alternativas del punk boicotearon los estereotipos convencionales de *male gaze* y los sustituyeron por otras representaciones más andróginas propiciando la normalización de nuevas identidades de género más inclusivas.

Cervenka revela que no se sintió objetualizada, ni cosificada, por qué no representaba un modelo de mujer sexualizada. Loles Vázquez, reconoce que los medios conminaron a su banda -de cuatro mujeres- a posar desnudas, a lo que ella replicó con una ocultación más extrema de su cuerpo.

Gaye Black, evoca una no-identificación de género femenino, al igual que Alice Bag, quien confirma que su androginia no fue un mecanismo de supervivencia, sino una energía vital. Gina Birch alega que algunos de los nuevos grupos se escudaron en un culto exacerbado a la imagen para obtener mayor protagonismo.

La conciliación fue otro escollo que fomentó su **resiliencia**. Sánchez-Mira (2017) sugiere que la brecha salarial y las desigualdades de género en el mercado del trabajo, deben interpretarse como incrustadas en “una estructura y organización socioeconómica que segrega a ambos géneros en distintas posiciones, espacios y tiempos sociales” (...) “La mayor disponibilidad masculina para el empleo existe a costa de la mayor presencia femenina en las tareas reproductivas” (2017, p.89-90).

En entornos de trabajo masculinizados, como el sector musical, las artistas que escogieron ser madres tuvieron que adaptarse a los horarios nocturnos que difícilmente les permitían compatibilizar su carrera conllevando sentimientos de culpabilidad debido a la percepción idealizada de la maternidad en la sociedad patriarcal.

Alice Bag y Exene Cervenka comparten esta frustración, y Vázquez, testimonia el doble estigma que acarrea su identidad punk. Por un lado, revela el ultraje y sexismo del patriarcado en etiquetarla como una zorra, y por otro lado, la necesaria ocultación de su agencia y sus logros en su rol de directora de hotel debido a la inseguridad y la precariedad laboral.

Gina Birch, quien asumió una maternidad tardía, sobrellevó un feminismo antagónico al del contrato social donde el hombre -como padre de familia- era el principal proveedor de ingresos, y optó por compatibilizar la maternidad con la actividad musical de forma corresponsable.

La percepción de que el punk entrañó un periodo de oportunidades para una mujer fuerte y creativa es compartida casi ecuanímente, a pesar de que esta inclusión fuera aceptada de mala gana, como sugiere Gina Birch, y no alcanzara a todos los estratos de la industria ni a los medios. Alice Bag, reconoce que la imagen que la prensa musical presentó de la mujer no era la de un ser creativo, sino que generalmente se exhibía a modo de trofeo sexual de los *rockeros* que protagonizaban la mayoría de los reportajes.

Afloran nuevos y poderosos referentes ofreciendo perspectivas de transformación con las que muchas mujeres redefinieron su agencia identificándose con un feminismo punk. Para Exene Cervenka, la etiqueta feminista era un condicionante que le confería una cierta incomodidad para con su tribu. Gaye Black asume su individualidad más allá del género, y Alice Bag reconoce que ser feminista era un motivo de empoderamiento alentando a muchas jóvenes a abrirse camino como profesionales dentro de la industria musical. Gina Birch, considera que la ideología y las prácticas feministas fueron su credo, aunque admite que algunas de ellas eran un tanto obsoletas.

La discriminación de género es estructural en las culturas de trabajo relacionadas con las industrias musicales (Raine & Strong, 2019), sector en que la mujer ha tenido que negociar las normas de género, enfrentándose a un techo de cristal y condenándola a la subordinación y ocultación de su producción cultural.

En el estudio de las feminidades punk se evidencia que, a pesar de la invisibilidad, la otredad, la inmovilización de sus carreras durante la maternidad, estas profesionales trascendieron gracias a su empoderamiento y a vínculos como la sororidad. Así lo expresa la cantante norteamericana Deborah Harry: “In those days, it was about making something to happen. And over time, we did make some things happen” (Harry 2019, p.173).



Entre los hallazgos significativos surge, por un lado, el testimonio de las mujeres fotógrafas que nos ilustran cómo la escena punk era inclusiva y por otro, que las herramientas de la cultura *DIY* democratizaron el acceso a contratos en los nuevos sellos discográficos independientes gracias a sus políticas diversificadoras. Pero la simbiosis de la industria y crítica musicales, y su efecto manipulador, implicó un servilismo de la prensa influyendo y legitimando grandes desigualdades en la promoción de artistas y determinados estilos musicales más comerciales que el punk.

La exclusión conminó a estas mujeres a ofrecer resistencia a los estereotipos encarnando una identidad feminista punk y constituyéndose en unas referencias indiscutibles. Su manera de estar en el mundo, su indumentaria y parafernalia, liberaron sus cuerpos contribuyendo a la creación de nuevos roles plurales e inclusivos.

Desafortunadamente hoy, 40 años después, la exclusión de los medios sigue vigente para la mujer y sin signos de remisión si nos atenemos a la invisibilidad de las artistas en las programaciones de los festivales musicales en España en 2019 que no superó el 20%.

## Capítulo 5: Conclusions

The chosen methodologies proposed for this study are based on the aspiration of demonstrating that the music press practiced gender discrimination, thereby rendering women invisible in the history of music. The design of the **(H)** hypotheses for justifying how this bias was put into practice provide a response to the research questions as well as furnishing effective techniques, given the contingency involved in the analysis of the sample.

The quantitative content analysis of the three magazines specializing in mainstream rock; Rolling Stone (USA), the New Musical Express (UK), and Vibraciones (Spain) during 1980 reveal that the representation of gender in these publications does not exceed 12.5%, (H1), **making the mainstream music press responsible for this deficit.**

Feminist epistemologies have enabled us to draw closer to understanding the reasons for this concealment. On the basis of this situated knowledge (Sedeño, 2011) we have designed parameters that are sensitive to the context and to the cultural bias; that is, from a gender perspective, with references from previous researchers engaged in the analysis of gender in the media (Bengoechea, 2015, Franquet, 1994, Franquet, Luzón & Ramajo 2006, Gallego, 2013). The qualitative analysis of text and images has made it possible to identify (H2) **that gender discrimination was inflicted by the systematic use of sexist stereotypes.**

The media and the music industry have acted as gatekeepers with their discriminatory practices. The qualitative analysis of the five in-depth interviews with the five artists of the punk genre in the three countries of the study provided us with testimonies of (H3) **how this exclusion was achieved and the resilience with which these women confronted this situation.**

The sample consists of a **total of 1,211,545 words, 151,533 of which correspond to women and are equivalent to a presence of 12.5%.** The segmentation according to magazines amount to 19.1% in Rolling Stone, 10.6% in the New Musical Express and 9.7% in Vibraciones.

The number of **photographs reaches 1,887, only 310 images of which belong to women, with an equivalence of 16%** of the total. In Rolling Stone, the percentage of representation is 21%, in the NME del 18% and in Vibraciones 12%.

**Interviews and reportage** are the two branches of journalism with the greatest extension, and consequently account for the largest volume of words, thus reflecting a greater visibility for women. Rolling Stone devotes 50% of the 58,870 words to interviews, given commercial and editorial fees incurred when the male or female artist with the largest record sales on the charts appears on the cover and he or she is the subject of a leading interview or article. In the NME, this percentage amounts to 43% of a total of 57,793 words, while in *Vibraciones* this percentage drops to 27%.

After the interview, we observe that the sections in which women achieve most presence are as follows: **record reviews (20% Rolling Stone, 13% NME, 21% in *Vibraciones*) and news items (18% Rolling Stone, 11% in the NME and 25% in *Vibraciones*)**. This factor acts as a bias against women because they cease to be visible in sections of greatest commercial interest, such as news about upcoming concerts and the reviews of these performances, as well as articles on their latest record releases.

Research in communication consists of analyzing current events and the manner in which the media reports them. The messages we receive are inscribed within frameworks that are ritualized ways of seeing the world and of conveying events both inclusive and exclusive that emphasize or belie certain current affairs (Byerly&Ross, 2006). Language as an expression of culture also molds reality, and whether it be sexist or racist it enables us to reflect on the impact it has on women and the oppression to which they and their experiences may be subjected (Miller&Swift, 1977).

**The qualitative investigation of front pages and headlines** has furnished us with evidence of how the media inoculate the worldview of the patriarchy with patterns of representation attached to appearance and are compatible with the woman as object, a fragile, passive and sometimes ridiculous being. Consider for example this headline taken from Rolling Stone: **“Pat Benatar, this year’s model: slick and sexy”**, which differs when it comes to distinguishing a man, portraying him as an active and virile subject by means of a recourse to epithets focusing on behavior: **“Monuments of rock, Rolling Stones, the band that refuses to die”**. This is about paradigms, which in the case of women incorporate a latent symbolic violence towards an ideal subject exposed to esthetic norms determined by the prevailing gender ideology, and in many cases making them participants in their own objectification (Verdú, 2018).

Annie Leibovitz, the photographic editor of **Rolling Stone**, and author of 9 of the 23 covers appearing in 1980, uses a code for the masculine gaze that in some cases instrumentalizes women as mere sexual objects. Leibovitz evinces how she has interiorized certain conventions that are expected of her as a professional, and which respond to a demand made by her editors in order to give coherence to a content whose purpose is to attract the masculine target readership.

In a period of incipient feminism, a woman with a longing to smash the glass ceiling is obliged to embrace the predominant codes in order to be accepted into the exclusive club of the “winners”, learning thereby that her gender provides her with little possibility of a more inclusive and less discriminatory future.

Likewise, in the **New Musical Express** we observe a deficiency of gender inclusivity on its covers. There were 45 issues of the magazine in 1980, but women were visible on only eight of these pages. In the NME we notice a manipulation of sexist stereotypes that reproduce a stereotypical discourse which matches the old patriarchal myths. Headlines that omit the common name of the women interviewed, with the use of metaphors referring to the female body and sharing a social imaginary with other males: **“U.S Sex bomb due in ”**, in reference to the multi-award-winning Pat Benatar, or **“Chris Salewick talks to San Francisco’s belle of the ball ”**, the headline of an interview with the female lead vocalist of the group Pearl Harbour, or **“Cristina, a queen for today? ”**, in allusion to the singer Cristina Monet.

In contrast, we find this representation of hegemonic masculinity in a headline about Pete Townsend: **“Conversations with PETE on an-up with Britain’s longest serving honest man of rock”**, while at the same time mixing humor and sarcasm in order to attract the attention of both male and female readers: **“Dexy’s: Funky Butt Fasst!, Mirror, mirror, mirror in the wall who are the nastiest kids of all? ”**.

The generational discourse of **Vibraciones** also resorts to outmoded representations of virility: **“Joni Mitchel between the sheets ”**, **“The American witch ”**, **“The Jewish rose ”**, **“Another new girl ”**. In 1980 only three of its 12 covers featured women, while its headlines consisted of personifications of the individuality of its idols, with proper names and epithets relating them to actions of power – of irreverence and even savagery – a concept in consonance with the idea that they were an exception who were allowed to break the rules: **“The Police, succeed without flashing their ass”**, **“Ted Nugent, the fury of rock and roll”**, **Status Quo, sizing up the package”**, **“Quorum grabbed by the balls”**, **“Marlon Brando’s bulge”**.

Bengoechea (2006) believes that the media’s treatment of women as an inferior, subordinate and denigrated collective deserves the name of symbolic annihilation – a term coined by Gaye Tuchman in 1978 - and is a trait commonly found in most of the hegemonic practices of the public discourse.

Sexual prejudice has had an effect on the way that **Vibraciones** is edited, with the prevalence of the masculine gender perspective and an androcentric worldview. As pointed out in the case of **Rolling Stone**, these environments have sheltered women who have applied gender sanctions on their peers, thereby subjecting themselves to the prevailing values and behaving like “one of the boys” by making a show of their erudition and marginalizing themselves at the same time.

This may be explained by the idea that in order to be accepted in this masculinized world it is necessary to interiorize patterns of behavior that are simply a reflection of the ruling dynamics in journalism. In this case, we may venture to stress that a scenario that would ensure a genuine guarantee of a non-masculinized plural treatment in the mass media is an awareness of the need to overcome the patriarchal system so deeply rooted in the collective consciousness. To this end, research that is devoted to finding appreciative perspectives on the work by artists of both sexes is indispensable. "I have emphasized the importance of pleasing these gatekeepers, who of course, most frequently male and, if they were not, were rare females in a male-centered environment, who were themselves in the position of pleasing males" (Reddington, 2012, p.179).

In line with invisibility, one of the variables involved in the verification of gender prejudice is the number of women who are **leaders of their own bands, whether they are composed of both sexes or only of women**. One of the findings is the scant representation of female bands in the three magazines under study (Rolling Stone 8% and Vibraciones 5%). In the NME, the presence of female bands reaches 13%, a figure justified by the highly extensive agenda of concerts throughout the United Kingdom covered by this music magazine. Quite by chance, in this context the female bands, frequently excluded when it comes to heading the bill, managed to share the stage with more recognized groups and make their own way to prominence on the bumpy road set out for them by the patriarchy.

Stereotypes constitute the framework established by the music press for propagating the hegemonic, socializing-constructing-reproductive discourse of meaning. **120 stereotypes in texts and 132 in images have been identified in the content analyzed** and provide conclusive evidence of how the press exercises gender discrimination. These messages categorize the real world from the subjective, thus protecting the interests of the dominant group, in this case the rock patriarchy, and promoting a form of symbolic violence against women on the basis of an esthetic ideal that renders them complicit in their own commodification. "Rock is lived by its male (or honorary male) audience, to the exclusion of girls and women" (Reddington, 2012, p. 167).

**The qualitative analysis of the stereotypes identified in texts portray women as passive subjects, with an emphasis on their physical attributes** (Vibraciones 71%, R.S 37%, NME 30%). Where Vibraciones is concerned, this high percentage can be interpreted by the context of unjust, unequal and oppressive social practices towards women. The results include **details about their private lives** (37% R.S, 26% NME, 12% Vibraciones), **their public lives** (especially in the NME, with 26%, 5% in Vibraciones, and none in Rolling Stone) and **openly deal with details regarding their sex lives, vilifying them and commodifying them as objects** (17% Rolling Stone, 15% NME, 9% Vibraciones) or **as vicarious women** (9% Rolling Stone, 4% NME, 3% Vibraciones). “Reification”, “commodification” or objectivization (...) is a systematic process by which a sensitive being is dehumanized and reduced to a “thing” an insignificant entity without social status, and becomes something that can be exchanged, possessed, swapped, kept, exhibited, used, mistreated, consumed and discarded” (Bengoechea, 2006, p. 30).

The feminization of music has brought in its train phobia and violence, as exemplified by the androcentric outlook of one journalist writing for Vibraciones who sanctioned and questioned the performance abilities of women because of their sexual condition: **"I never thought that women really amounted to anything. When they try to do something they`re not very familiar with, they usually hide behind their sexual condition and play the ‘feminine’ card”<sup>128</sup>.**

Contempt for women shows itself above all in double meanings, words that have a different meaning depending on whether they are feminine or masculine. In lexical gaps, words that have no feminine form and refer to qualities; that is, they are positive, and words that have no masculine form and always have a negative meaning - in apparently polite manners and courteous behavior, where they express asymmetry and also definitions, meanings and examples in the dictionary; in adjectives and adverbs; in sayings and idiomatic expressions; in the reproduction of sexist stereotypes; naming women separately and in the negative when feminizing the names of many professions, amongst other manifestations. (Meana, 2004, p. 60)

The systematic gender bias regarding women’s creativity spurred some female journalists in magazines such as Rolling Stone and the NME to write articles from a gender perspective, modest reviews highlighting the visibility of women in rock and roll music that were distinctive and revolutionary. While in Vibraciones only a single mention of the issue of gender appeared in the magazine, a reference that may be explained by the almost non-existence presence of women on the staff.

---

<sup>128</sup> Jaime Gonzalo, Vibraciones, Julio 1980. Review of the first record released by the pioneering British female punk band, The Slits.

**The stereotyping of women in photographs occurs in 43% of the 310 images where women appear** – from a total of **1,887** in the three magazines. The segmentation according to magazine is equivalent to 48% in Rolling Stone, 35% in the NME and 49% in Vibraciones. **Stereotypes of passive women** (19% Vibraciones, 17% Rolling Stone and 14% NME) **and objectified women** (17% Rolling Stone, 9% in NME, 14% Vibraciones) will be equated with those found in texts.

**With regard to the size of the photographs, we conclude that they are mainly of large format** -images whose areas are greater than one quarter of the total area of the page - (Rolling Stone 69%, NME 49% and Vibraciones 54%). **There are more representations of women in individual images** (NME 61%, 51% Vibraciones, 33% Rolling Stone) **than those in the mixed groups** (Rolling Stone 47%, 33% NME and 30% Vibraciones), while their visibility on record sleeves gives a figure of 19% in Rolling Stone and Vibraciones and 6% in the NME. In the photo captions section, NME (54%) and Vibraciones (46%) place captions in half of these photos, unlike Rolling Stone (85%), which does so in most of their photographs.

The testimonies in the interviews qualitatively illustrate how women who belong to the punk music genre perceive their invisibility in the media, and how their resilience helped them to overcome obstacles.

The five women interviewed concur that their determination and their agency were an incentive for overcoming the adversity posed by the gatekeepers. Unorthodox practices such as payolas to DJs on commercial radio stations and under-the-table payments to music critics were common practices in the record industry, as well as other more sophisticated means centered on the creation of the “groupie” female stereotype. Larsen (2017) believes that by magnifying her identity as a sexual object, the groupie is excluded from the creative processes of rock music, and rather than being regarded as a fan she is reformulated as a unauthentic and passive consumer of mass culture and well on the road to otherness.

The testimonies of punk women show that they existed on the margins, a situation that was not confined to this gender, but also as we have demonstrated through the language used by the media, it transcended the invisibility of herstory to the sphere of mainstream music.

Punk subculture championed a transgressive approach to life, and it is in this context that women empowered by their vital discourse and radical ideology, where “the personal is the political” (Hanish, 1969), smash gender stereotypes and the roles assigned to them. Loles Vázquez, co-founder of *las Vulpes*, synthesizes how fed up she is with patriarchy’s criticisms of her instrumental technique with the following remark: **“You play a guitar with your hand, not with your vagina”**.



Alice Bag affirmed the historic opportunity created by punk in North American society: an outburst of diversity and inclusion that did not stretch to the media or the record industry, but which did have a resounding impact on women, who until that time had been relegated to the role of groupie or muse and gave a platform for new voices that until then had been silenced.

Exene Cervenka recognizes that punk provided individuals like herself, who felt rootless and displaced, with a sense of community and belonging. Gina Birch identifies punk with creativity and anarchy; **“ideas more than skill, courage”**

Punk women self-managed their careers on the fringes of the *majors*, acquiring contracts and recorded albums in the recently created *indies*.

The one-sided and sexist criticism to which they were subjected as creators for occupying public space exposed them to media violence and ostracism, but their determination to show the world, their way of understanding music made them into pathfinders and figures who compelled attention. Gina Birch refers to the need to promote outstanding females deserving of emulation, and to empower future generations by representations of positive role models, otherwise they run the risk of being rendered invisible.

One of the factors that merits emphasis is the work undertaken by women photographers at the performances of female punk by documenting their participation. We refer to the work by professionals such as Maripol, Roberta Bayley, Erica Echenberg, Theresa Kereakes or Ruby Rai.

Speaking about the representation of gender, Gaye Black of The Adverts says that many female artists were obliged to boycott their own femininity by identifying themselves with a more androgynous and masculine image as a means of survival against the sexualization to which, like her, they were subjected. Gaye Black and Alice Bag agree: **“I feel androgynous, I know I don’t always look it, but I always feel that my energy is androgynous. it’s just the way I’ve always felt”**. Exene Cervenka, the only woman in her band, was **“one of the guys in a lot of ways, being on a tour with all men, an all-man crew, on all man venues, and all men bills”**.

DIY culture likewise contributed to the liberation of their bodies thanks to their manual skills in the making and customizing of their costumes, offering representations of gender shorn of prejudices. Loles Vázquez also did this herself on a sewing machine and by buying used garments in second-hand clothing stores. Gina Birch mastered discoloration and painting techniques, and Alice Bag incorporated theatrical effects devised for her performances, while Exene Cervenka developed her expertise in makeup.

The glass ceiling and conciliation policies led to slow progress towards equality in the music industry by continuing in the form of a “**boy’s club**”, an insurmountable preserve of power that stigmatized women like Loles Vázquez, who paid the price for her assault on the patriarchy by having to hide her past in order to survive and manage her life as a single mother.

Alice Bag thinks that the history of exclusion imposed upon women evaporated in order “**to support the patriarchal world view**”, attributing the cause of her invisibility to the gatekeepers. The claim for the right of better working conditions still requires struggle, as well as the need to create a public platform for women’s voices, and as Alice Bag admits, although equality is still far from being achieved: “**I hope the best time is yet to come**”.

All the efforts to apply knowledge, to promote just and diverse salary policies in the appointment of leadership positions, as well as to obtain consensus in the fight against sexual harassment, all continue to be essential. We require diligence and commitment to bring about change for the incorporation of gender perspectives in cultural institutions and the inclusion of women in the media, as well as the recognition of their achievements without having to wait for another 40 years.

## 5.1. New frontiers

One of the future horizons is to kick-start initiatives for the creation of referents. Within the focus of exploration, the music schools and the obstacles and leaks that should be taken into account when working for the advancement of women, who remain a minority in the workplace, and still have obsolete curricula. One of the current research projects supporting gender equality in industry and the promotion of policies to dismantle the “boy’s club” is that recently undertaken by Sarah Raine and Catherine Strong (2019).

Industry still perpetuates and fosters the sexualization of women and stigmatizes them on grounds such as ageism. In the United Kingdom, for example, the current proportion of young women who pursue a career in the music industry is 65%, while after the age of 35 this figure falls significantly, and their average salary is 33% lower than that of their male counterparts. The second annual report by the “Annenberg Inclusion Initiative” (2019) in the United States<sup>129</sup>, which monitors gender and ethnicity in the music industry, shows an alarming deficit of women in leadership roles and executive positions.

Over recent years, the work carried out by professional associations of women that have arisen in the music world and who support a more equitable, diverse and inclusive industry, have contributed to bringing about paradigm changes in institutions such as the Grammy Awards “Recording Academy”, thereby helping to break down the barriers facing women and unrepresented minority groups in the music industry.

Finally, this thesis opens up fresh perspectives of analysis for new researchers to explore musical phenomena more deeply and in a more inclusive way. One stimulating prospect is the reformulation of the history of music from a gender perspective by means of the “re-gendered language” of terms, as well as the herstory of the women who have worked in the industry in the USA and in Europe over the last 40 years, with the purpose of providing continuity for the findings presented in this research.

A quote by the North American singer and songwriter Madonna may serve as both summary and inspiration for all those who seek to create and own their own history:

---

<sup>129</sup> “Inclusion in the recording studio” (Smith, Choueiti & Pieper, 2019) a study covering for 7 years (2012-2018) a sample of 700 pop music songs as published in the Billboard Hot 100, with the finding that women represent only 21.7% of artists, composers and producers.

<http://assets.uscannenberg.org/docs/aii-inclusion-recording-studio-2019.pdf>

“But to the doubters and naysayers and everyone who gave me hell and said I could not, that I would not, or I must not — your resistance made me stronger, made me push harder, made me the fighter that I am today. It made me the woman that I am today.”<sup>130</sup>

---

<sup>130</sup> Madonna’s acceptance speech for “Woman of the Year, Billboard Women in Music”, 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=c6Xgbh2E0NM>

## Referencias bibliográficas

- Acker, J. (1990). Hierarchies, Jobs, Bodies: A Theory of Gendered Organizations. *Gender and Society*, 4 (2), 139-158.
- Albertine, V. (2017). *Ropa música chicos*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Alonso, M., Sotillo, H. (2019). *Mujeres punks: las pioneras de nuestra escena*. A Coruña: Uterzine.
- Alonso, M., Furio, E. (2007). *El papel de la mujer en la sociedad española*. Recuperado de: [https://halshs.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/133674/filename/El\\_papel\\_de\\_la\\_mujer\\_en\\_la\\_sociedad\\_espanola.pdf](https://halshs.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/133674/filename/El_papel_de_la_mujer_en_la_sociedad_espanola.pdf)
- Altés, E. (2004). ¿Cómo funcionan y para qué sirven los estereotipos en los medios de comunicación? *Medios de comunicación y género*. Diputación Foral de Bizkaia. (19-30).
- Anderson, E. (2020). "Feminist Epistemology and Philosophy of Science", The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Spring 2020 Edition), Edward N. Zalta (ed.). Retrieved July 8, 2020. <https://plato.stanford.edu/archives/spr2020/entries/feminism-epistemology/>
- Araüna, N. (2013). Figuraciones de la feminidad y marcos de relaciones sexo afectivas en los vídeos musicales independientes producidos en España. Recuperado de: <https://www.tdx.cat/handle/10803/127149#page=1>
- Arlidge, J. (2002, June 9). Squeaky queen. *The Guardian. The Observer*. Recuperado el 20 Abril 2020 de: <https://www.theguardian.com/observer/comment/story/0,,729941,00.html>
- Arnheim, R. (2019). *Arte y percepción visual*. Madrid. Alianza Editorial.
- Arnold, G. (2018). *Half a million strong. Crowds and power, from Woodstock to Coachella*. Iowa City: University of Iowa Press.
- Arnold, R. (2001). *Fashion, Desire and Anxiety: Image and Morality in the 20th Century*. NJ. Rutgers University Press.
- Aruguete, N. (2017). Agenda setting y framing: un debate teórico inconcluso. *Más poder local*, 30, 36-42.
- Atkinson, P & Hammersley, M. (1994). *Etnografía: Métodos de investigación*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Aubrey, J.S. & Frisby, C (2011). Sexual objectification in music videos: a content analysis comparing gender and genre. *Mass communication and society*, 14, 475-501.
- Bangs, L. (1980). *Blondie*. US: Omnibus Press.
- Baron, K. (2016). *Fashion + Music: fashion creatives shaping pop music 1*. London: Laurence King Publishing.
- Barra, E., Kramer, S., Prior, B. (2018). Women in the US music industry: Obstacles and opportunities. Berklee College of Music. <https://www.berklee.edu/sites/default/files/Women%20in%20the%20U.S.%20Music%20Industry%20Report.pdf>.

- Barrancos, D. (2018). Las tres olas del feminismo. La histórica lucha por la igualdad. In L. Lucía (Ed.), *El atlas de las mujeres en el mundo* (pp. 14-17). Madrid: Clave Intelectual.
- Bayton, M. (1998). *Frock Rock: Women Performing Popular Music*. Oxford: Oxford University Press.
- 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.
- Bengoechea, M. (2015). *Lengua y género*. Madrid: Editorial Síntesis S.A
- Bennett, A, Cieslik, M, Miles, S. (2003). *Researching Youth*. London: Editorial Matter.
- Bennet, A & Woodman, D. (2015). *Youth Cultures, transitions, and generations. Bridging the gap in youth research*. UK: Palgrave Macmillan.
- Berkers, P. (2012). Rock against gender roles: Performing femininities and doing feminism among women punk performers in the Netherlands, 1976-1982. *Journal of Popular Music Studies* 24(2): 156-174. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1533-1598.2012.01323.x/full>
- Blackburn, R., Browne, J., Brooks, B., & Jarman, J. (2002). Explaining gender segregation. *British Journal of Sociology*, 53 (4). 513-536.
- Block, E.D. (2010). Race & Rock & Roll: A Visual Analysis of Rolling Stone Cover Photography. *Honor theses*. Paper 597. Retrieved from. <https://digitalcommons.colby.edu/honorstheses/597>
- Bollain, I. (2003). Cine con tetas. *DUODA: estudis de la diferència sexual* 2003, 24.
- Bonet, J. (2019). *Fabulosas y rebeldes "Cómo me hice mujer"*. Ed. Destino.
- British Library Press Office. (2019, November 17). Recuperado de <https://www.bl.uk/press-releases/2016/may/punk-1976-78-at-the-british-library>
- Bromberg, C. (1989). *The wicked ways of Malcolm McLaren*. London: Omnibus Press.
- Bronsoms, A. (2007). *Animals de rock and roll*. Barcelona: Pórtic.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble*. NY: Routledge.
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del sexo*. México: Paidós.
- Byerly, C.M. (1999). News, feminism, and the dialectics of gender relations, in Marian Myers (ed.), *Mediated women: representations in popular culture*. Cresskill, NJ: Hampton Press, 383-403.
- Byerly, C.M & Ross, R. (2006). *Women & media. A critical introduction*. UK: Blackwell Publishing.
- Cabruja, C., Íñiguez, L., Vázquez, F. (2000). Cómo construimos el mundo: relativismo, espacios de relación y narratividad. *Anàlisis*, 25, 61-94.
- Center for Musical Humanities. UCLA Herb Alpert School of Music. "Curating resistance conference". 2019, November 17. Recuperado de: <https://cmh.schoolofmusic.ucla.edu/punk-conference-2018>

- Cervera, R. (2017, 2 abril). Los recuerdos no pueden esperar. *Revistas de música que vienen del pasado Valencia Plaza*. Recuperado el 20 abril 2020 de: <https://valenciaplaza.com/revistas-de-musica-que-vienen-del-pasado>
- Charles Creel, M. & Orozco, G. (1996). El proceso de la recepción y la educación para los medios una estrategia de investigación con público femenino. En R. Aparici Marino (Ed.), *La revolución de los medios audiovisuales: educación y nuevas tecnologías* (pp.203-222).
- Chávez Fajardo, S (2019). Ginopia, silencio. Género, discurso, diccionario. *Literatura y lingüística*, 40. [doi.org/10.29344/0717621X.40.2073](https://doi.org/10.29344/0717621X.40.2073)
- Clawson, M.A (1999). When women play the bass. Instrument specialization and gender. Interpretation in alternative rock music. *Gender & society*, 13 (2), 193-210.
- Clay, B (Director). (2016). SHOT! The Psycho-Spiritual Mantra of Rock. (Documentary). United States: Magnolia Pictures.
- Cline, Ch. (1987). Little songs of misogyny. In McDonnell, Powers (Eds.), *Rock she wrote* (pp.369-375). London: Plexus.
- Clifford, M. (1986). *The illustrated rock handbook*. UK: Salamander books ltd.
- Cogan, B. (2012). Typical Girls?: Fuck Off, You Wanker! Re-Evaluating the Slits and Gender Relations in Early British Punk and Post-Punk. *Women s Studies* 41(2), 121-135. DOI:10.1080/00497878.2012.636331
- Cohen, R. (2017). "The Rise and Fall of Rolling Stone". *The Atlantic*. Recuperado el 20 abril 2020 de: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/12/rolling-stone-jann-wenner/544107/>
- Colegrave, S., Sullivan, C. (2005). *Punk. The definitive record of a revolution*. NY: Thunder's Mouth Press.
- Cortés, R. (2000). Misoginia y Literatura: la tradición greco-romana. In Maria Teresa López de la Vieja (Ed.), *Feminismo: Del pasado al presente* (pp.15-34). España: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Costa, J.M. (1977, 31 julio). Las revistas musicales. *El País*. Recuperado el 20 abril 2020 de: [https://elpais.com/diario/1977/07/31/cultura/239148021\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1977/07/31/cultura/239148021_850215.html)
- Costa, J.M. (1979, 16 junio). Desaparece la revista musical "Disco Express". *El País*. Recuperado el 20 abril 2020 de: [https://elpais.com/diario/1979/06/16/cultura/298332008\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1979/06/16/cultura/298332008_850215.html)
- Cubillos, J. (2015). La importancia de la interseccionalidad para la investigación feminista *Oxímora revista internacional de ética y política*, 7. Otoño 2015, 119-137.
- Currid, E. (2007). *The Warhol economy*. New Jersey: Princeton University Press.
- Cusick, S.J (1994). Feminist Theory, Music Theory, and the Mind/Body Problem. *Perspectives of New Music*, 32 (1), 8-27.
- Cussó, E. (2016, 1 Diciembre). *Vibraciones, revista musical*. Recuperado de: <http://lwsn.net/article/vibraciones-revista-musical>
- Darias de las Heras, V. (2018). *La música y los medios de comunicación*. Madrid: Editorial Dykinson.

- Davies, H. (2001). All rock and roll is homosocial: the representation of women in the British music press. *Popular Music*, 20 (3), 301-319.
- De España, R. (1981). *En la cresta de la nueva ola*. Barcelona: Icaria.
- Doe, J., DeSavia, T. (2016). *Under the big black sun. A personal history of L.A punk*. MA: Da Capo Press.
- Doughter, S. (2014). *Sex and Laughter in Women's Music, 1970-77*. Recuperado de <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8J101RM>
- Draganova, A. (2018). *Gotta let go? Women and popular music heritage*. UK: Birmingham School of Media.
- Eccleston, D. (2014, March 20). Blondie: Success and Sexism. Mojo. Retrieved: May 4, 2020, from <https://www.mojo4music.com/articles/12874/blondie-success-sexism>
- Echenberg E., Mark P. (2009). *And God created punk*. England: Virgin.
- Ember, S. (2017). "Rolling Stone, once a Counterculture Bible, Will Be Put Up for Sale". The New York Times. Recuperado de URL: <https://www.nytimes.com/2017/09/17/business/rolling-stone-magazine-sale.html>
- Evans, E., Futterman, S., Garnder, E., Kemp, M., McDonnell, E., Mirkin, S. & Shore, M. (1995). *The new Rolling Stone Encyclopedia of Rock&Roll*. (pp.885). NY: Rolling Stone Press.
- Fausto-Sterling, A. (2000). *Cuerpos sexuados. La política de género y la construcción de la sexualidad*. Barcelona: Editorial Melusina.
- Feixa, C., Porzio, L. (2004). El tema. *De las tribus urbanas a las culturas Juveniles. Revista de estudios de juventud*, 61 (3), 1-3.
- Feixa, C. (2004). *Culturas Juveniles en España (1960-2004)*. Recuperado de [http://www.injuve.es/sites/default/files/culturas juveniles en espana 1960-2004 completo.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/culturas_juveniles_en_espana_1960-2004_completo.pdf)
- Femenías, M.L. (2018). Los feminismos que vienen. In L. Lucía (Ed.), *El atlas de las mujeres en el mundo* (pp. 21-22). Madrid: Clave Intelectual.
- Fenster, M. (2002). Consumers' Guides: The Political Economy of the Music Press and the Democracy of Critical Discourse. In S. Jones (ed), *Pop Music and the Press*. Philadelphia: Temple University Press.
- Fernández Rius, L. (2000). Mujeres académicas: ¿conflicto de roles? In Maria Teresa López de la Vieja (Ed.), *Feminismo: Del pasado al presente* (pp.159-176). España: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Fonseca Hernández, C., Quintero Soto, M.L (2009). La Teoría Queer: la de-construcción de las sexualidades periféricas. *Sociológica*, 24 (69), 43-60.
- Fouce Rodríguez, H. (2002). "El futuro ya está aquí" música pop y cambio cultural en España. Madrid 1978-1985. Memoria de doctorado. Departamento de Periodismo III. Universidad Complutense de Madrid. (pp. 21).
- Fouce Rodríguez, H. (2004). El punk en el ojo del huracán. De la nueva ola a la movida. *De las tribus urbanas a las culturas Juveniles. Revista de estudios de juventud*, 61 (3), 57-66.



- Fowler, W. & Zavaleta, E. (2013). El pensamiento de Pierre Bourdieu: apuntes para una mirada arqueológica. *Revista de museología Kóot*, 2013, 3 (4), 117-135.
- Franquet, R. (1989): La radiodifusión local una larga tradición. En R. Franquet, J. M. Martí (Eds.), *10 años de libertad de Información en la radio española, 1977-1987* (pp. 59-62). Bellaterra: Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat.
- Franquet, R. (1994). ¿Producción de Género en Radio y Televisión? En Mercedes Vilanova (Ed.), *Pensar las diferencias, Seminario Interdisciplinar Mujeres y Sociedad* (pp.161- 178). Barcelona.
- Franquet, R., Luzón, V., Ramajo, N. (2007). La información en los principales medios de comunicación on-line. Estudiar la representación de género. *Zer- Revista de estudios de comunicación* 12 (22), 267-282.
- Fredrickson, B. & Roberts, T. (1997). Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206.
- Frith, S. (1996). *Performing rites. On the value of popular music*. US: First Harvard University Press.
- Frith, S. (2003). Música e identidad. In S. Hall and P. du Gay (Eds.), *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 181-207). Buenos Aires: Amorrortu.
- Frith, S. (2015). Live Music. In J. Shepherd and K. Devine (Eds), *The Routledge Reader on The Sociology of Music*. (pp. 269-276). NY: Routledge.
- Gaar, G. (1992). *She's a Rebel: The History of Women in Rock and Roll (Live Girls)*. Boston: Seal Press.
- Gallagher, M. (1981). Unequal opportunities. *The case of women and the media*. Unesco representation of women.
- Gálvez, L. (2019). España en perspectiva de género. *Vanguardia dossier. El siglo de las mujeres*, 73, 48-50.
- Gallagher, M. (1995). An unfinished story: gender patterns in Media employment. *Reports and papers on Mass communication* 110. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO).
- Gallagher, M. (2001). Why do so few women reach the top? Reporting on Gender in Journalism. *Nieman Reports*, Winter 2001, 63-65.
- Gallego, J & Muntané, I. (2020, enero 22). El periodismo feminista como principio ético (Entrada blog). Recuperado de <https://www.pikaramagazine.com/2020/01/periodismo-feminista-como-principio-etico/>
- Gallego, J. (2013). *De reinas a ciudadanas: Medios de comunicación, ¿Motor o remora para la igualdad?* España: Aresta Mujeres.
- Gallego, J. (2004). De las recomendaciones a los mecanismos: roles de género y producción informativa. "Medios de Comunicación y Género", 31-52. Diputación foral de Bizkaia. Jornadas, igualdad de oportunidades, medios de comunicación.
- Garnett, R. (1999). Too low to be low: art pop and the Sex Pistols. In R. Sabin (Ed), *Shock waves and ripple effects of Punk rock so what?* (pp. 17-30). London: Routledge.

- Garrigós, C., Guerra, P., Triana, N. (2019). *God save the queens. Pioneras del punk*. Barcelona: 66RPM Edicions.
- Gavanas, A., & Reitsamer, R. (2016). *Playing with a different sex: the DIY careers of female musicians*. Retrieved from: [https://www2.hu-berlin.de/fpm/popscrip/themen/pst12/pst12\\_gavanas\\_reitsamer.html](https://www2.hu-berlin.de/fpm/popscrip/themen/pst12/pst12_gavanas_reitsamer.html)
- Gee, K. (2016). *Pretty in Pink: An Examination of European Female Punk Rock of the 70's and 80's through a Feminist Lens*. The Harker School, CA.
- Gerbner, G & Gross, L. (1973). *Communications technology and social policy: Understanding the new "cultural revolution"*. US: Wiley Ltd.
- Giddens, A. (2007). *Sociología*. Madrid: Alianza editorial.
- Gil, A. (2019). *Las cosas por su nombre. 40 años de modernismo mal entendido*. 66rpm Edicions.
- Gil Lozano, F. (2018). Brujas. La persecución de las mujeres. In L. Lucía (Ed.), *El atlas de las mujeres en el mundo* (pp. 10-13). Madrid: Clave Intelectual.
- Gil, S (2011). *Nuevos feminismos. Sentidos comunes en la dispersión*. España: Traficantes de sueños.
- Gil, S. (2018). Los feminismos que vienen. In L. Lucía (Ed.), *El atlas de las mujeres en el mundo* (pp. 18-21). Madrid: Clave Intelectual.
- Gitlin, T. (2003). *The whole world is watching*. L.A: University of California Press.
- Global Media Monitoring Project (2019, November 17). Recuperado de <http://whomakesthenews.org/gmmp>
- Goldman, V. (2019). *Revenge of the she-punks*. Omnibus Press.
- Gómez Alonso, R. (2017). Mujeres y punk en España durante la transición: principios iconográficos de una actitud. *Lectora*, 23: 67-81. Doi: 10.1344/Lectora2017.23.5
- Guerra, P. (2020). Iberian Punk, Cultural Metamorphoses, and Artistic Differences in the Post-Salazar and Post-Franco Eras. In McKay, G. & Arnold, G. (Eds.). *The Oxford Handbook of Punk Rock*. Oxford: Oxford University Press.
- Guesdon, J.M, Margotin, P. (2013). *All the Songs: The Story Behind Every Beatles Release*. NY: Black Dog & Leventhal.
- Gudmundsson, G., Lindberg, U., Michelsen, M., Weisethaunet, U. (2002). Pop music and the press. In S. Jones (Ed.), *Brit Crit: Turning points in British rock criticism, 1960-1990* (pp. 41-64).
- Hager, S. (1986). *Art after midnight. The East Village scene*. NY: St. Martin's Press.
- Hall, S. (2003). Introducción: ¿quién necesita «identidad»? In S. Hall, P. du Gay (Eds.), *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 13-39). Buenos Aires: Amorrortu.
- Hanish, C. (1969). Notes from the Second Year: Women's Liberation. Recuperado 18 de diciembre 2018, de [https://library.duke.edu/digitalcollections/wlmpc\\_wlmms01039/](https://library.duke.edu/digitalcollections/wlmpc_wlmms01039/)

- Haraway, D. (1988). Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, 14, (3), 575-599.
- Haraway J, D. (1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid: Cátedra-Universidad de Valencia.
- Harding, S. (1986). *The science question in feminism*. U.S: Cornell University Press.
- Harding, S. (1987). Is there a feminist Method? In Sandra Harding (Eds), *Feminism and Methodology* (pp.9-34). Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press.
- Harry, D. (2011, July,1). Behind the muses. W Magazine. Retrieved December 20, 2020, from: <https://www.wmagazine.com/story/designer-musician-muses-deborah-harry/>
- Harry, D. (2019). *Face it*. NY: HarperCollins Publisher.
- Hell, R. (2006). *CBGB. Decades of graffiti*. NY: Mark Batty Publisher.
- Heidari, S., Babor, TF., De Castro, P., Tort, S., Curno, M. (2016). *Sex and Gender Equity in Research: rationale for the SAGER guidelines and recommended use*. Epidemiologia e serviços de Saude: revista do Sistema Unico de Saude do Brasil.
- Hernando, A. (2008). Género y sexo. Mujeres, identidad y modernidad. *Claves de razón práctica*, 188, (64-70).
- Hesmondhalgh, D. (1999) Indie: the institutional politics and aesthetics of a popular music genre. *Cultural Studies*, 13(1), 34-61. Doi: 10.1080/095023899335365
- Hidalgo, L. (2017, Julio 23). Chrissie Hynde, dentelladas de feminidad. *El País*. Recuperado el 4 de noviembre de 2019, de [https://elpais.com/ccaa/2017/07/23/catalunya/1500809051\\_054571.html](https://elpais.com/ccaa/2017/07/23/catalunya/1500809051_054571.html)
- Hilburn, R. (2012, Jun 5). An Interview with Robert Hilburn: one of the most influential pop music journalists of all time. Recuperado de: [www.artistshousemusic.org](http://www.artistshousemusic.org).
- hooks, b. (2015). *Feminism is for everybody*. NY: Routledge.
- Hollander, A. (1993). *Seeing through clothes*. California: University of California Press.
- Hooper, E. (2019). The Gatekeeper gap: searching solutions to the UK's ongoing gender imbalance in music creation. In S. Raine & C. Strong (Eds.), *Towards gender equality in the music industry* (pp. 131-146). NY: Bloomsbury Academic.
- Insunza Aranceta, G. (2016). La evolución de la industria discográfica: un análisis de los procesos de innovación en Europa. (Tesis de Doctorado, Universidad del País Vasco). TD. Ciencias sociales y jurídicas. Recuperado de <https://addi.ehu.es/handle/10810/18845>
- Johnson-Grau, B. (2002). Pop music and the press. In S. Jones (Ed.), *Sweet nothings: Presentation of women musicians in pop journalism* (pp. 202-218).
- Jones, Q. (2001). *The autobiography of Quincy Jones*. NY: Doubleday.
- Jurado, M. (2017, Julio 22). El 'glamour' de Bryan Ferry inunda Peralada. *El País*. Recuperado 4 de noviembre de 2019 de [https://elpais.com/ccaa/2017/07/22/catalunya/1500715703\\_253083.html](https://elpais.com/ccaa/2017/07/22/catalunya/1500715703_253083.html)

- Keane, J. (2004). *Violence and democracy*. UK: Cambridge University Press.
- Kennealy-Morrison, P. (1970). Rock around the cock. In McDonnell, Powers (Eds.), *Rock she wrote* (pp.357-362). London: Plexus.
- King, R. (2012, March 22). How indie labels changed the world. The Guardian. Retrieved on April 29, 2020, from: <https://www.theguardian.com/music/2012/mar/22/indie-record-labels-changed-world>
- Koskoff, E (2014). *A feminist ethnomusicology. Writings on music and gender*. US: University of Illinois Press.
- Kruse, H. (2002). Pop music and the press. In S. Jones (Ed.), *Abandoning the absolute: transcendence and gender in popular music discourse* (pp. 134-155).
- Kruger, B. (1989). Untitled (Your body is a battleground). Retrieved from <https://www.thebroad.org/art/barbara-kruger/untitled-your-body-battleground>
- Lagarde, M. (1996). La perspectiva de género. En *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*. (pp. 13-38). España: horas y HORAS.
- Lagarde, M. (2012). *El feminismo en mi vida. Hitos, claves y topias*. Recuperado de Mujeres en red <http://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/ElFeminismoenmiVida.pdf>
- Larsen, G. (2017). It's a man's man's man's world': Music groupies and the othering of women in the world of rock. *Sage Journals* (24)3, 397-417. Doi: 10.1177/1350508416689095
- Lauretis, T. (1989). *Technologies of gender. Essays on Theory, film, and fiction*. London: Macmillan Press.
- Leblanc, L. (2008). *Pretty in punk. Girls' gender resistance in a boys' subculture*. Rutgers University Press
- Ledo M. (1998). *Documentalismo fotográfico*. Madrid: Cátedra.
- Leeuwen, T.V. & Jewitt, C. (2004). *Handbook of visual analysis*. London: Sage Publications.
- Lerner, G (1986). *The Creation of the Patriarchy*. NY: Oxford Press University.
- Lieb, K.J. (2013). *Gender, branding, and the modern music industry*. NY: Routledge.
- Lledó, E. (2011). *Importancia del uso del lenguaje en el derecho. Las palabras y las leyes*. Lenguaje jurídico y género Madrid, 24 y 25 de octubre de 2011, 1-15. Retrieved from <https://www.euliallledo.cat/wp-content/uploads/2017/02/2011GPonenciaEuliallledoTXT.pdf>
- Lloveras, E. (2019, Mayo 30). *¿Qué fue de los 70? Relato de la década del cambio en la que en España empezó casi todo*. *El Diario.es*. Recuperado el 15 abril 2020, de [https://www.eldiario.es/cultura/libros/relata-decada-cambio-Espana-empezo\\_0\\_904659914.html](https://www.eldiario.es/cultura/libros/relata-decada-cambio-Espana-empezo_0_904659914.html)
- Long, P. (2012). *The History of the NME: High times and low lives at the world's most famous music magazine*. UK: Pavilion Books.
- Lont, C. (1992). *Women's Music: No Longer a Small Private Party*. Cambridge, MA: South End Press.
- Lopes, P. (1992). Innovation and diversity in popular music industry, 1969 to 1990. *American Sociological Review*, 57 (1), 56-71.

- López de la Vieja, M.ª T. (2000). Ética de la diferencia, Política de la igualdad. In Maria Teresa López de la Vieja (Ed.), *Feminismo: Del pasado al presente* (pp.51-76). España: Ediciones Universidad de Salamanca.
- López Díez, P. (2000). La construcción mediática de género en los libros de estilo. In Maria Teresa López de la Vieja (Ed.), *Feminismo: Del pasado al presente* (pp.35-48). España: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Luxan, Azpiazu (2014). *Metodologías de investigación feminista*. Universidad del País Vasco.
- Lydon, M. (2005). *1001 discos que hay que escuchar antes de morir*. Barcelona: Random House Mondadori.
- Maffesoli, M. (1998). *El tiempo de las tribus*. Siglo XXI de España Ediciones.
- Manly, L. (2005, July 31). How Payola Went Corporate. *The New York Times*. Recuperado 28 junio 2020, de <https://www.nytimes.com/2005/07/31/weekinreview/how-payola-went-corporate.html#:~:text=Mr.,deal%20with%20%2D%2D%20and%20bankroll>.
- Manrique, D. (1977). *De qué va el rock macarra*. Madrid: Las ediciones de la piqueta.
- Masterman, L. (1994). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Manly, L. (2005). How Payola Went Corporate. *NY Times*. Retrieved October 2020, from <https://www.nytimes.com/2005/07/31/weekinreview/how-payola-went-corporate>
- Marcus, G. (1999). *In the fascist bathroom*. US: First Harvard University Press.
- Martos, P., Ochoa, P. (2017, Noviembre 16). Música y género: punk y Las Vulpes (Entrada blog). Recuperado de <https://medium.com/@histfeminista/m%C3%BAsica-y-g%C3%A9nero-punk-y-las-vulpes-8f0931119d74>
- Masouri, J. (2013). *Steppin' Razor: The Life of Peter Tosh*. London: Omnibus Press.
- McClary, S. (1994). Same as it ever was: youth culture and music. In McDonnell, Powers (Eds.), *Rock she wrote* (pp.440-454). London: Plexus.
- McCormick, L. (2015). Performance perspectives. In J. Shepherd and K. Devine (Eds), *The Routledge Reader on The Sociology of Music*. (pp. 117-126). NY: Routledge.
- McLeod, K. (2002). Pop music and the press. In S. Jones (Ed.), *Between rock and a hard place: gender and rock criticism* (pp. 93-113).
- McQuail, D. (1995). *Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications Ltd.
- Mc Robbie, A. (1980). Settling accounts with subcultures. In S. Frith & A. Goodwin (Eds.), *On record. Rock, pop, and the written word* (pp. 55-67). London: Routledge.
- Meana, T. (2004). Sexismo lingüístico en los medios de comunicación. "Medios de Comunicación y Género", 53-64. Diputación foral de Bizkaia. Jornadas, igualdad de oportunidades, medios de comunicación.
- Mifflin, M. (1990). The Fallacy of feminism in rock. In McDonnell, Powers (Eds.), *Rock she wrote* (pp.76-79). London: Plexus.
- Miller, J. (2011). *Fashion and music (1st ed.)*. Oxford: Berg Publishers.

- Miller, J. (2012). The Runaways: Music, fashion and 'post-feminism'. *Film, Fashion & Consumption*, 1, (2), 187-201.
- Miller, C & Swift, K. (1977). *Words and women*. UK: Gollancz.
- Millet, K. (2017). *Política sexual*. España: Grupo Anaya Publicaciones Generales.
- Milliken, R. (2002). *Lillian Roxon: Mother of rock*. Australia: Published by Black Inc.
- Mills, J. (1989). *Womanwords*. NY: Henry Hold and Company, Inc.
- Mills, S. (1995). *Feminist Stylistics*. London: Routledge.
- Mills, S. (2008). *Language and sexism*. UK: Cambridge University Press.
- Molina, S & Porras, L. (2012). *Manual de género para periodistas*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- Montero, R. (1995). *Historias de mujeres*. Madrid. Alfaguara.
- Montoro, R. (2014). Feminist Stylistics. In M. Burke (Ed.), *The Routledge Handbook of Stylistics* (pp.346-361). London and New York: Routledge.
- Moreno Sardà, A. (1986). El Arquetipo Viril protagonista de la historia 1986. *LaSal, Edicions de les Dones. Barcelona*. 118 pág.
- 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), 1-16.
- Murison, K. (2019, September 8). The Interview: The Pretenders' Chrissie Hynde on veganism, causing controversy and #MeToo. *The Times*. Recuperado el 16 de junio 2020, de <https://www.thetimes.co.uk/article/chrissie-hynde-pretenders-interview-80t0hxmf>
- Mulvey, L. (1975). Placer Visual y cine narrativo. *Screen*, 16 (3), pp. 6-18.
- Nehring, N. (1997). *Popular Music, Gender and Postmodernism: Anger Is an Energy*. SAGE Publications, Inc
- Neville, M. (Director). (2013). *Twenty feet from stardom* (Documentary Film). United States: Tremolo Productions.
- Neri, L., McLaren. (2003). *Cannibal of looks and sounds*. Excess. Fashion and underground in the 80's. Italia: Edizioni Charta.
- Neuendorf, K. (2002). The content analysis guidebook. California: Sage Publications, Inc. [https://www.academia.edu/35954688/Kimberly\\_A\\_Neuendorf\\_The\\_Content\\_Analysis\\_Guidebook.pdf](https://www.academia.edu/35954688/Kimberly_A_Neuendorf_The_Content_Analysis_Guidebook.pdf)
- Ngozi Adiche, Ch. (2014). *We should all be feminists*. London: Fourth State.
- Norgaard, Montoro, Busse. (2010). *Key terms in stylistics*. London, NY: Continuum.
- O'Brien, L. (1999). *The woman punk made me*. In Roger Sabin (Ed.), *Punk rock: so what?* (pp. 186-198). London: Routledge.

- O'Brien, L. (2012). *She Bop. The Definitive history of women in popular music*. England: Jawbone Press.
- O'Brien, L. (2018). "Holding ground: redefining 70's feminist punk". 4th international conference on underground music scenes and DIY culture, 'Keep It Simple, Make It Fast' (KISMIF). University of Porto, Portugal, 11-14th July 2018.
- Ordovás, J. (1987). *Historia de la música pop española*. Madrid: Alianza Editorial.
- Orozco Gómez, G. (1994). *Televisión y producción de significados*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Otero, L (2004). *La sección femenina*. Madrid: Editorial Adaf.
- Pablos, J, Ballesta, J. (2018). La Educación Mediática en Nuestro Entorno: Realidades y Posibles Mejoras. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 32 (1), 117-134.
- Passman, D.S (2006). *All you need to know about the music business*. NY: Free Press.
- Pearson, T. (2018, August). *Women of rock oral history project*. Retrieved from <http://www.womenofrock.org/>
- Pelly, J. (2017). *The Raincoats*. London: Bloomsbury Academic.
- Penchansky, A. (1977, Feb 26). Talent in Action: Skafish. Billboard. pp. 40, 42. Retrieved May 9, 2020 from: [https://books.google.es/books?id=FEUEAAAAMBAJ&pg=PA40&dq=skafish&hl=en&ei=34m3TYLQJcfZgAfJsfhd&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&redir\\_esc=y#v=onepage&q=skafish&f=false](https://books.google.es/books?id=FEUEAAAAMBAJ&pg=PA40&dq=skafish&hl=en&ei=34m3TYLQJcfZgAfJsfhd&sa=X&oi=book_result&ct=result&redir_esc=y#v=onepage&q=skafish&f=false)
- Pérez Orozco, A (2005). Economía del género y economía feminista ¿conciliación o ruptura? *Revista venezolana de estudios de la mujer*. 10 (24), 43-64
- Pérez Sedeño, E. (1999). ¿El poder de una ilusión? Ciencia, Género y Feminismo. In Maria Teresa López de la Vieja (Eds.), *Feminismo: Del pasado al presente* (pp.103-115). España: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Pérez Sedeño, E. (2011). El conocimiento situado. *Investigación y ciencia*. Sección Ciencia. Marzo, 36-37.
- Pilcher, J., Whelehan, I. (2017). *Key concepts in gender studies*. London: Sage Publications.
- Projansky, S. (2001). *Watching Rape: Film and Television in Postfeminist Culture*. NY: NYU Press.
- Poynor, R. (2016). *Oh So Pretty: Punk in Print 1976-1980*. Phaidon Press.
- Puleo, A. (2017). "Lo personal es político: El surgimiento del feminismo radical" En C. Amorós, A. de Miguel (Eds.), *Historia de la Teoría Feminista vol. II* (pp.35-68). Minerva: Madrid.
- Quin, R. (1996). Enfoques sobre el estudio de los medios de comunicación: la enseñanza de los temas de representación de estereotipos. En R. Aparici, *La revolución de los medios audiovisuales* (pp.225-232) Madrid: Ediciones de la Torre.
- Raha, M. (2004). *Cinderella's Big Score: Women of the Punk and Indie Underground (Live Girls)*. UK: Seal Press.
- Raine, S, & Strong, C. (2019). *Towards gender equality in the music industry. Education, practice, and strategies for change*. NY: Bloomsbury academic.

- Ramos-Serrano, M & Martínez-García, A. (2016). Personal style bloggers: the most popular visual composition principles and themes on Instagram. *Observatorio (OBS\*) Journal*, 10 (2), 89-109.
- Reddington, H. (2012). *The lost women of rock*. Sheffield, UK: Equinox Publishing Ltd.
- Renau, D. (2009). *La voz pública de las mujeres*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Reynolds, S. (2006). *Rip it Up and Start Again: Postpunk 1978 – 1984*. London: Faber And Faber Ltd.
- Richardson, P. (2009). *A Bomb in Every Issue: How the Short, Unruly Life of Ramparts Magazine Changed America*. NY: The New Press.
- Ridgers, B. (2015, July 7). An old NME is vanquished. *The Economist*. Retrieved 20 April 2020, de <https://www.economist.com/prospero/2015/07/07/an-old-nme-is-vanquished>
- Rodríguez-Rata, A. (2020, Abril 26). Pactos de la Moncloa de 1977: así éramos, así somos. *La Vanguardia*. Recuperado 27 abril 2020, de <https://www.lavanguardia.com/politica/20200426/48677527753/pactos-de-la-moncloa-1977-2020-asi-eramos-asi-somos-crisis-sociedad-economia-politica.html>
- Rosher, J. (Director). (2010). *Let's spend the night together* (Documentary). United States: VH1 Rock Docs.
- Rosler, M. (1975). Semiotics of the kitchen. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ZuZympOIGCO>
- Russo, S. (2017). *We were going to change the world*. US: Santa Monica Press books.
- Sábada, M.T. (2001). Origen, aplicación y límites de la teoría del encuadre “framing” en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 14(2), 143-175.
- Sabin, R. (1999). *Punk Rock: so what?* London: Routledge.
- Sánchez-Mira, N. (2017). La brecha salarial y las desigualdades de género en el mercado de trabajo. Una revisión de aproximaciones teóricas y aportaciones empíricas. *Anuario IET de Trabajo y relaciones laborales. Desigualdades en el mercado de trabajo después de la Gran Recesión*, 4, 87-98. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/aiet.56>
- Saunders, M, Lewis, P, Thornhill, A. (2016). *Research Methods for business students*. England: Pearson Education Limited.
- Seidman, S. (1992). Profile: An investigation of sex-role stereotyping in music videos. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Spring 1992, 36 (2), 209-216.
- Shaw, S., Lee, J. (2015). *Women's Voices, Feminist Visions: Classic and Contemporary Readings*. NY: McGraw-Hill.
- Sidorova, E. (2018). An alternative to the mainstream: the coverage of the 1972 U.S. presidential campaign in the magazine Rolling Stone. RITA (en ligne) Revue interdisciplinaire de travaux sur les Amériques, 11. <http://revue-rita.com/dossier-11/an-alternative-to-the-mainstream-the-coverage-of-the-1972-u-s-presidential-campaign-in-the-magazine-rolling-stone-elena-sidorova.html>



- Sklar, M. (2018). *Archiving Punk Merchandising Experiences: The Contribution of Retail to the Development of Subcultural Identity, Community, Art, and Dissent*. Curating Resistance: Punk as Archival Method Conference. February 9 - 10, 2018. University of California, Los Angeles.
- Smith, S (2019). Stereotyped, sexualized and shut out: The plight of women in music. Retrieved from: <https://annenbergl.usc.edu/news/research-and-impact/stereotyped-sexualized-and-shut-out-plight-women-music> -
- Smith, P. (2010). *Just kids*. London: Bloomsbury Publishing.
- Soley-Bertrán, P (2015). *¡Divinas! Modelos, poder y mentiras*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Soriano, J. (2007). *L'ofici de comunicòleg. Mètodes per investigar la comunicació*. Barcelona: Eumo Editorial.
- Spheeris, P. (2019). Penelope Spheeris looks back on her cult punk docs the police tried to ban. Dazed Retrieved August 16, 2019, from <https://www.dazeddigital.com/film-tv/article/45676/1/penelope-spheeris-punk-decline-of-western-civilization-waynes-world-interview>
- Sullivan, C. (2013, June 24). How we made Cut (the Slits). *The Guardian*. Recuperado el 4 de junio 2020, de <https://www.theguardian.com/music/2013/jun/24/how-we-made-cut-the-slits>
- Sweney, M. (2018, March 7). NME to close print edition after 66 years. *The Guardian*. Recuperado Abril 2020 de: <https://www.theguardian.com/media/2018/mar/07/nme-ceases-print-edition-weekly-music-magazine>
- Tandt, C. D (2004). From craft to corporate interfacing: rock musicianship in the age of music television and computer-programmed music. *Popular Music and Society*, 27 (2), 140-160.
- Tankard, J. (1991). *Media frames: approaches to conceptualization and measurement*. Ponencia presentada en "Communication theory and methodology division association for education in journalism and mass communication convention". Boston (Massachusetts), August 1991.
- Tishler-Blue, V. (2004). *Edgeplay, a film about the Runaways*. (Motion Picture). United States: Sacred Dogs Entertainment.
- Tschmuck, P. (2017, July 30). *The U.K recorded music market in a long-term perspective, 1975-2016*. Retrieved from <https://musicbusinessresearch.wordpress.com/2017/07/30/the-uk-recorded-music-market-in-a-long-term-perspective-1975-2016/>
- Tyner, K. (1997). Conceptos clave de la alfabetización audiovisual. En R. Aparici (Ed.), *La revolución de los medios audiovisuales* (pp.225-232) Madrid: Ediciones de la Torre.
- Tuchman, G. (1978). "Introduction: The Symbolic annihilation of women by the mass media". In G. Tuchman, A. Kaplan Daniels, & J. Benet (Eds.), *Hearth and home: Images of women in the mass media* (3-38). New York, NY: Oxford University Press.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2012). *Gender-Sensitive Indicators for Media. Framework of Indicators to Gauge Gender Sensitivity in Media Operations and Content*. Recuperado de: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000231069>

- Uribe, M (2015, Enero 17). Vibraciones, la revista rock de los 70, el orgullo de Ángel Casas (Entrada Blog). Recuperado de <https://www.heraldo.es/noticias/blog/2015/01/16/vibraciones-revista-rock-los-el-orgullo-angel-casas-1253882-2261124.html>
- Vélez, A (2018). *Mujeres del rock su historia*. Barcelona: Redbook Ediciones.
- 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. Recuperado de: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/76689>
- Vilarós, M.T. (2018). *El mono del desencanto. Una crítica cultural de la Transición Española (1973-1993)* Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Viñuela, E. (2007). Industria musical, televisión y producción audiovisual. Veinte años de interacción mediática en el mercado musical español (1980 – 2000). *Global Media Journal*, 4 (7).
- Willis, E. (1968). Records: Rock, Etc. In Mc. Donnell, Powers (Eds.), *Rock she wrote* (pp.419-423). London: Plexus.
- Willis, E. (1989). Foreword. In A. Echols, *Daring to be bad. Radical feminism in America 1967-1975* (pp.7-15). US: University of Minnesota Press.
- Willis, P. (2004). Culturas vivas. Una entrevista a Paul Willis de Roger Martínez. *De las tribus urbanas a las culturas Juveniles. Revista de estudios de juventud*, 61 (3), 123-135.
- W.I.T.C.H (2015). *Comunicados y Hechizos*. Madrid: La Felguera Editores.
- Whiteley, S. (1997). *Sexing the Groove: Popular Music and Gender*. London: Routledge.
- Wimmer, R & Dominick, J. (2006). *Mass Media Research*. US: Thomson Wadsworth.
- Worley, M. (2017). *No future*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Yellow Window Management Consultants (2011). *El género en la investigación*. Ministerio de Ciencias y Educación. Recuperado de: [http://www.ciencia.gob.es/stfls/MICINN/Investigacion/FICHEROS/El\\_genero\\_en\\_la\\_investigacion.pdf](http://www.ciencia.gob.es/stfls/MICINN/Investigacion/FICHEROS/El_genero_en_la_investigacion.pdf)
- Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Ediciones Akal.
- Zarata, I. (1992). *La edad de oro del pop español*. Luca Editorial. Citado por Carlos Bouza (29/3/2018) en Pikara online magazine. Recuperado de: <https://www.pikaramagazine.com/2018/03/las-vulpes/>
- Zeller, C. (2017). *El periodismo en la era de las desigualdades*. Clivatge 5. Universitat de Barcelona.

## Agradecimientos:

A mi directora Rosa Franquet, a Elisabeth Le Guin, Rachel Yon, Debra Byrd, Tanya Pearson, Stacy Russo, Laura Whitmore, Mark Scott, Joel Bernstein, Kevin Cummins, Patricia Godes, Lucy O'Brien, Sylvie Simmons, Anabel Vélez, Helena Morén, Andreea Magdalina, Exene Cervenka, Gina Birch, Gaye Black, Loles Vázquez, Alice Bag, Erica Echenberg, Irene Ruiz, Maritxu Alonso, Silvia Tarragona, Carmen Zapata, Joana Gallego y Isabel Muntaner (M.A Comunicación y género UAB), Robert Fink (UCLA Herb Alpert School of Music), Gina Arnold (University of San Francisco), Paula Guerra (Universidade do Porto), Oficina de doctorado del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat (UAB), Nuria Antentas, Merrick Nelson, y a mi familia, Ona Spreenberg & Kira Spreenberg, Chantal Martínez & Pedro Martínez.

## Anexo I: Tablas

Tabla 1: Ejemplares analizados por fecha, periodicidad, staff total y staff femenino .....	100
Tabla 2: Ficha codificación Excel contenidos e imágenes .....	102
Tabla 3: Cómputo número de palabras por página entera en las 3 publicaciones 1980.....	114
Tabla 4: Cómputo páginas a diferentes columnas de R.S 1980 .....	118
Tabla 5: Cómputo páginas a diferentes columnas de NME 1980 .....	121
Tabla 6: Cómputo páginas a diferentes columnas de Vibraciones 1980 .....	124
Tabla 7: Resultados del cómputo de líneas y palabras según columnas de R.S, NME y Vibraciones 1980 .....	125
Tabla 8: Equivalencias dimensiones páginas R.S, NME, Vibraciones 1980 .....	139
Tabla 9: Autoría propia. Convención para clasificar los tamaños de las fotografías .....	140
Tabla 10: Páginas contabilizadas para establecer la media total de líneas/ página de R.S 1980. ....	171
Tabla 11: Cómputo de palabras/ línea y palabras/ columna en R.S 1980 .....	171
Tabla 12: Cómputo de palabras totales por página de R.S según número columnas .....	171
Tabla 13: Presencia mujeres en palabras de texto en Rolling Stone 1980. ....	172
Tabla 14: Presencia mujeres en número de fotografías en Rolling Stone 1980 .....	172
Tabla 15: Presencia de mujeres en contenidos de R.S 1980 segregados por Género Periodístico .....	173
Tabla 16: Tipo Grupo musical porcentajes en R.S 1980.....	174
Tabla 17: Estereotipos en textos en R.S 1980.....	175
Tabla 18: Porcentajes tamaño de Fotografías de mujeres en R.S .....	177
Tabla 19: Representación mujer segregada por tipo de grupo en R.S 1980 .....	177
Tabla 20: Estereotipos Mujeres en Fotografías de R.S .....	179
Tabla 21: Porcentaje de Fotografías subtituladas en R.S 1980.....	179
Tabla 22: Localización y cómputo final de estereotipos de texto e imágenes en Rolling Stone 1980 .....	180
Tabla 23: Páginas contabilizadas para establecer media total de líneas/ página. NME 1980 .....	203
Tabla 24: Cómputo de palabras/ línea y palabras/ columna en NME 1980 .....	204
Tabla 25: Cómputo de palabras totales por página de NME según número columnas .....	204
Tabla 26: Presencia de mujeres en palabras de texto en NME 1980 .....	205
Tabla 27: Presencia mujeres en número de fotografías en NME 1980. ....	205
Tabla 28: Presencia de mujeres en contenidos de NME segregados por Género Periodístico. ....	206
Tabla 29: Tipo de Grupo Musical, porcentajes en NME 1980.....	207
Tabla 30: Estereotipos en textos en NME 1980.....	208
Tabla 31: Tamaño de Fotografías de mujeres en NME.....	210
Tabla 32: Representación mujer segregada por tipo de grupo en NME 1980.....	210

Tabla 33: Estereotipos mujeres en Fotografías de NME 1980.....	211
Tabla 34: Porcentaje de Fotografías subtituladas en NME 1980.....	212
Tabla 35: Localización y cómputo final de estereotipos de texto e imágenes en NME 1980.....	213
Tabla 36: Páginas contabilizadas para establecer la media total de líneas/ página. Vibraciones 1980 .....	238
Tabla 37: Cómputo de palabras totales por página de Vibraciones según número columnas.....	238
Tabla 38: Cómputo de palabras totales por página de Vibraciones según número columnas.....	238
Tabla 39: Presencia mujeres en palabras de texto en Vibraciones 1980 .....	239
Tabla 40: Presencia mujeres en número de fotografías en Vibraciones 1980 .....	239
Tabla 41: Presencia de mujeres en contenidos de Vibraciones 1980 segregados por Género Periodístico ....	240
Tabla 42: Tipo Grupo musical porcentajes en Vibraciones 1980.....	241
Tabla 43: Estereotipos en textos en Vibraciones 1980.....	243
Tabla 44: Porcentajes tamaño de Fotografías de mujeres en Vibraciones.....	244
Tabla 45: Presencia de mujer en fotografías segmentado por Tipo de Foto en Vibraciones 1980.....	245
Tabla 46: Estereotipos Mujeres en Fotografías de Vibraciones .....	247
Tabla 47: Subtitulación fotografías en Vibraciones .....	247
Tabla 48: Localización y cómputo final de estereotipos de texto e imágenes en Vibraciones 1980.....	248
Tabla 49: Estereotipos analizados en Rolling Stone 1980.....	249
Tabla 50: Estereotipos analizados en los ejemplares de NME 1980.....	288
Tabla 51: Estereotipos analizados en Vibraciones 1980.....	314
Tabla 52: Palabras totales sobre mujeres R.S, NME, Vibraciones 1980.....	352
Tabla 53: Porcentajes totales de presencia de mujeres en R.S, NME, Vibraciones 1980.....	353
Tabla 54: Fotografías sobre mujeres y porcentajes totales R.S, NME, Vibraciones 1980.....	354
Tabla 55: Resultados segmentados según géneros periodísticos en R.S, NME y Vibraciones .....	355
Tabla 56: Porcentaje de presencia de mujeres según género periodístico, comparación entre R.S, NME, Vibraciones 1980.....	356
Tabla 57: Tipo de grupo musical, porcentaje y comparativa R.S, NME, Vibraciones 1980 .....	357
Tabla 58: Estereotipos de texto, resultados en R.S, NME y Vibraciones 1980 .....	359
Tabla 59 : Autoría propia. Convención para clasificar los tamaños de las fotografías R.S, NME, Vibraciones 1980 .....	360
Tabla 60: Área total pág./ cm <sup>2</sup> , R.S, NME, Vibraciones 1980 .....	361
Tabla 61: Género en las fotografías comparación entre R.S, NME, Vibraciones 1980.....	362
Tabla 62: Resultado Tamaño fotografías en R.S, NME y Vibraciones 1980 .....	363
Tabla 63: Resultados Tipo de Fotografía en R.S, NME, Vibraciones 1980 .....	364
Tabla 64: Número total de fotografías y de mujeres R.S, NME, Vibraciones 1980 .....	365

Tabla 65: Porcentaje fotografías mujeres activas y estereotipadas R.S, NME, Vibraciones 1980.....	366
Tabla 66: Fotografías totales mujeres activas y estereotipadas R.S, NME, Vibraciones 1980 .....	366
Tabla 67: Estereotipo fotografías, comparativa entre R.S, NME, Vibraciones 1980 .....	367
Tabla 68: Porcentajes de fotografías subtituladas en R.S, NME y Vibraciones 1980.....	368

## Anexo II: Ilustraciones

Ilustración 1: WITCH, Women’s International Terrorist conspiracy from hell 1968.....	44
Ilustración 2: Olivia Records, Washington DC, 1973.....	44
Ilustración 3: Virago Press (U.K) desde 1973 editorial internacional de libros de autoras y temas feministas .	45
Ilustración 4: Spare Rib (1972-1983). UK. Portada Angela Davis.....	45
Ilustración 5: La industria de la música. Insunza, G (2016, p.41).....	52
Ilustración 6: Estructura de distribución de una compañía discográfica independiente por una mayor (Passman, 2010 p.64).....	57
Ilustración 7: Estructura de distribución de una discográfica independiente (Passman, 2010 p.65).....	57
Ilustración 8: U.S. Recorded Music Revenues 1980-1985 Source: Recording Industry Association of America. .....	59
Ilustración 9: U.K album market (by physical format), 1975-1995. Source: BPI (British Phonographic Industry) .....	60
Ilustración 10: Jazz & Pop. Octubre 1967. Portada de Milton Glaser.....	67
Ilustración 11 Contemporary Keyboard Magazine. October 1980.Portada: Christine McVie.....	67
Ilustración 12: Bitch Magazine Summer 11. Issue No. 51.....	67
Ilustración 13: Slash fanzine publicado en Los Angeles. Ejemplar Mayo, 1978.....	73
Ilustración 14: Punk, fanzine norteamericano publicado en New York. Ejemplar Marzo 1977. ....	73
Ilustración 15 : Ripped & Thorn, fanzine publicado en el Reino Unido. Ejemplar Noviembre 1978 .....	77
Ilustración 16 : Sniffin’ Glue, fanzine publicado en el Reino Unido. Ejemplar Marzo 1977 .....	77
Ilustración 17: Punk, fanzine punk español. Portada Abril 1985 .....	84
Ilustración 18: Penetración, fanzine punk español. Portada Mayo 1983 .....	84
Ilustración 19: R.S. 24 Enero 1980 superficie 100% texto a 4 columnas .....	112
Ilustración 20: Vibraciones 1980 página 3 columnas y 2 fotos.....	113
Ilustración 21: R.S, 24 Enero 1980, pág. 41, página de 4 columnas.....	116
Ilustración 22: R.S, 24 Enero 1980, pág. 33, página de 5 columnas.....	117
Ilustración 23: NME, 6 septiembre 1980, 5 columnas .....	119
Ilustración 24: NME, 13 Abril 1980, 4 columnas .....	120
Ilustración 25: Vibraciones, Diciembre 1980 (pág. 35) palabras en página de 2 columnas .....	122
Ilustración 26: Vibraciones, Febrero 1980 (pag.14) palabras en página de 4 columnas .....	123
Ilustración 27: Ejemplar Marzo 1980, sección Zum, Revista Vibraciones 1980.....	126
Ilustración 28: Vibraciones, Febrero 1980, ejemplo presencia mujer en fotografías.....	128
Ilustración 29. Angela Bofill en R.S, 24 Enero 1980 .....	129

Ilustración 30: Categorías de los estereotipos en los textos analizados.....	134
Ilustración 31: Ejemplo de noticia con perspectiva de género .....	135
Ilustración 32 : Relación tamaños fotografías según página de R.S .....	138
Ilustración 33 : Relación tamaños fotografías según página de NME.....	138
Ilustración 34 : Relación tamaños fotografías según página de Vibraciones.....	139
Ilustración 35: Ejemplo de clasificación de fotografías, individual, en grupo, carátula.....	141
Ilustración 36: Ejemplo de clasificación de fotografías, activa, pasiva y cosificada.....	143
Ilustración 37: Ejemplo de clasificación de fotografías, fragmentada, ojos cerrados, aspecto de vida privada. .....	143
Ilustración 38: Ejemplares analizados Rolling Stone, 1980.....	156
Ilustración 39: Linda Ronstadt en portada de R.S, 3 Abril 1980 y página 11. ....	162
Ilustración 40: Linda Rondstadt en ejemplar R.S, 3 Abril 1980.....	163
Ilustración 41: Heart, en ejemplar de RS de 15 Mayo 1980 .....	164
Ilustración 42: Pat Benatar en portada R.S y foto interior. Ejemplar 16 Octubre, 1980 .....	165
Ilustración 43: Pat Benatar en ejemplar R.S 16 Octubre 1980 (pag.14) .....	166
Ilustración 44: Dolly Parton en portada R.S. 11 diciembre 1980 .....	167
Ilustración 45: Peter Townsend en portada R.S y foto interior, 26 Junio 1980. ....	169
Ilustración 46: Presencia de mujeres en contenidos de R.S 1980 segregados por Género Periodístico.....	173
Ilustración 47: Tipología de Grupos musicales porcentajes y valores absolutos en R.S 1980.....	174
Ilustración 48 : Porcentaje estereotipos en textos R.S 1980 .....	175
Ilustración 49: Superficie página R.S y tamaño fotografías .....	176
Ilustración 50: Porcentajes y valores absolutos tamaño de Fotografías de mujeres en R.S .....	177
Ilustración 51: Género en las fotografías de R.S. 1980.....	178
Ilustración 52: Porcentaje fotos mujer activa y estereotipada en R.S. 1980.....	178
Ilustración 53: Estereotipos Mujeres en Fotografías de R.S .....	179
Ilustración 54: Porcentaje y valores absolutos de Fotografías subtituladas en R.S 1980.....	179
Ilustración 55: Ejemplares analizados NME 1980 .....	185
Ilustración 56: Jayne Casey, Pink Military. NME 12 Enero 1980.....	189
Ilustración 57: Jayne Casey, Pink Military. NME 12 Enero 1980.....	191
Ilustración 58: Pink Military. NME, 12 Enero 1980. ....	192
Ilustración 59: Women in Rock. NME 29 Marzo 1980 .....	193
Ilustración 60: Portada NME Talking Heads con Tina Weymouth. 9 Noviembre 1980 .....	197
Ilustración 61: Gang of four (foto de Anton Corbjin). NME 21 junio 1980. ....	199
Ilustración 62: Entrevista Grace Jones. NME 13 Diciembre 1980.....	201



Ilustración 63: Entrevista The Beat. NME 16 Agosto de 1980 .....	201
Ilustración 64: Presencia de mujeres en NME 1980 segregados por Género Periodístico.....	206
Ilustración 65: Tipología de grupos musicales porcentajes y valores absolutos en NME 1980.....	207
Ilustración 66: Porcentajes y valores absolutos de Estereotipos en Textos en NME 1980 .....	208
Ilustración 67: Superficie página NME y tamaño fotografías .....	209
Ilustración 68: Porcentajes y valores absolutos tamaño de Fotografías de mujeres en NME .....	210
Ilustración 69: Género en las fotografías de NME 1980 .....	211
Ilustración 70: Porcentaje fotos de mujer activa NME 1980 .....	211
Ilustración 71: Porcentajes en Estereotipos de Fotografías en NME 1980.....	212
Ilustración 72: Porcentaje y valores absolutos de Fotografías subtituladas en NME 1980.....	212
Ilustración 73: Ejemplares analizados Vibraciones 1980 .....	219
Ilustración 74: Portada 1 (Febrero) y página 21 (Agosto). Vibraciones 1980 .....	221
Ilustración 75: Portada 2, Marilyn Monroe (Nov), Portada 3, Cindy Wilson (Dic). Vibraciones 1980 .....	224
Ilustración 76: Joni Mitchell (Septiembre), páginas 39-40. Vibraciones 1980.....	226
Ilustración 77: Frank Zappa (Abril), p.20. Vibraciones 1980 .....	232
Ilustración 78: Status Quo (Marzo), p.38. Vibraciones 1980 .....	233
Ilustración 79: Lene Lovich, Howard Devoto (Magazine). Vibraciones, Dic. 1980.....	234
Ilustración 80: Joan Baez, Lou Reed. Vibraciones, Dic, 1980 .....	235
Ilustración 81: Presencia de mujeres en la revista Vibraciones segregados por Género Periodístico .....	241
Ilustración 82: Tipología de Grupos musicales porcentajes y valores absolutos en Vibraciones 1980 .....	242
Ilustración 83: Porcentajes y valores absolutos de Estereotipos en Textos en Vibraciones 1980 .....	243
Ilustración 84: Superficie página Vibraciones y tamaño fotografías .....	244
Ilustración 85: Porcentajes y valores absolutos tamaño de Fotografías de mujeres en Vibraciones.....	244
Ilustración 86 : Género en las fotografías de Vibraciones 1980 .....	246
Ilustración 87 : Porcentaje fotos mujer activa en Vibraciones 1980 .....	246
Ilustración 88: Estereotipos Mujeres en Fotografías de Vibraciones .....	247
Ilustración 89: Portada album Broken English de Marianne Faithfull. ....	251
Ilustración 90: Contraportada Broken English, Marianne Faithfull .....	251
Ilustración 91: Linda Ronstadt. R.S Abril 1980. ....	252
Ilustración 92: Patti Labelle, portada del disco Released de 1980 .....	255
Ilustración 93: Labelle con su banda Nona Hendryx y Sarah Dash .....	255
Ilustración 94: Pauline Black, The Selecter (tercera por la derecha) .....	257
Ilustración 95: Portada álbum de debut Cristina Monet .....	259
Ilustración 96 : Aretha Franklin. Foto promocional .....	260

Ilustración 97 : Billie Eilish. Brit Awards 2020 .....	260
Ilustración 98: Bangs on Blondie. R.S, Issue 330, 24 Julio 1980 (p.26). .....	262
Ilustración 99: Blondie, portada y contraportada libro de Lester Bangs. ....	264
Ilustración 100: Pat Benatar. R.S Octubre 1980 (p.14) .....	269
Ilustración 101: Pat Benatar. R.S, 16 Octubre 1980.....	270
Ilustración 102: Reproducción álbum “Shadows and light” en R.S (13 Nov, 1980) y portada original .....	273
Ilustración 103: Kate Pierson, The B’52. R.S, 11 Diciembre 1980 .....	278
Ilustración 104: Skafish. R.S, Issue 332 ( 11 Dic. 1980) .....	281
Ilustración 105: Portada original del disco “Black and blue (The Rolling Stones).....	283
Ilustración 106: Portada final álbum “Black and blue” (The Rolling Stones) .....	284
Ilustración 107: Linda Eastman. NME, 12 Enero 1980 (.p.15) .....	290
Ilustración 108: Chrissie Hynde. NME, 12 Enero 1980.....	292
Ilustración 109: Millie Jackson. NME, 12 Enero, 1980 (p.28).....	294
Ilustración 110: Millie Jackson, portada “Live and Outrageous (Rated XXX)”, 1980 .....	294
Ilustración 111: Foto de Millie Jackson. NME, 12 Enero 1980 (p.28) .....	295
Ilustración 112: The Slits. NME, 12 enero 1980 .....	296
Ilustración 113 : Suzie Quatro .....	301
Ilustración 114: Joan Jett .....	301
Ilustración 115 : Gaye Black .....	301
Ilustración 116. The Slits. NME, 26 Julio 1980 .....	303
Ilustración 117: Yoko Ono. NME, 13 Diciembre 1980.....	307
Ilustración 118: Judy Mowatt & Rita Marley. NME, 13 Diciembre, 1980 .....	313
Ilustración 119: Kate Bush. Vibraciones, Feb. 1980 (p.21) .....	317
Ilustración 120: Genya Ravan. Portada disco de 1979.....	319
Ilustración 121: Martha Davis & The Motels. Contraportada álbum “Motels” de 1979 .....	321
Ilustración 122: Vibraciones, Abril 1980 (p.5).....	325
Ilustración 123: Portada álbum “Al Alba con alegría” de Lole y Manuel, 1980. ....	328
Ilustración 124: Lole y Manuel. Vibraciones, Mayo 1980 (pag.9).....	328
Ilustración 125: Bette Midler. Vibraciones, Mayo 1980 (p.13).....	330
Ilustración 126: Bette Midler, 1979 .....	331
Ilustración 127: Grace Slick, álbum “Dreams” de 1980 .....	333
Ilustración 128: Pretenders. Vibraciones, Julio 1980.....	337
Ilustración 129: Pretenders. Vibraciones, reportaje Julio 1980.....	338
Ilustración 130: The Slits (U.K) en activo entre 1976-1982.....	341

Ilustración 131: The Slits, "Cut" álbum de 1979 .....	342
Ilustración 132: Bibi Andersen. Vibraciones, Abril 1980.....	351

## Anexo III: Entrevista modelo.

**NAME:**  
**D.O.B:**  
**EDUCATION:**  
**ETHNICS:**  
**WHAT WAS YOUR ROLE IN THE INDUSTRY / COMPANIES WHERE YOU WORKED:**  
**IN WHAT COUNTRY AND WHAT YEARS WERE YOU ACTIVE:**  
**LEVEL OF INCOME:** low/medium /high  
**POLITICAL or CULTURAL AFFILIATIONS** (if any or if want to be disclosed):

### Context

- 1- Describe how was the music scene when you were breaking in.
- 2- Was it gender diverse?
- 3- What were the most influential music magazines when you started your career?
- 4- Being aware that most of the informants were man, how did the music press report about your success in the music industry?
- 5- In what extent do you consider media is responsible for the invisibility of women in music history?
- 6- Do you believe that rock and roll history devaluated women's music and their musicianship?
- 7- The few female-only bands were created by real purpose, or was a marketing strategy from the record companies to level up the lack of female representation?
- 8- What were your favorite bands then? Any female roles you want to name?

### Visibility

- 9- In what sector of the music industry do you believe women had more visibility: in the stage as musicians, working in executive levels, or as secretaries?
- 10- If more women would have been employed, do you think this would have made an impact and more women-only projects would have been published, produced, and signed?
- 11- Are any names or examples that you have witnessed?
- 12- In what extent these structures still active today?
- 13- Is there a time in music history when women had more opportunities and visibility?
- 14- Do you think women had to adopt a masculine stance (physically and emotionally) to survive in the male dominated world of rock?
- 15- Among the options, was androgyny a medium?

### Obstacles

- 16- Was gender a factor of influence in your career in the music industry?
- 17- Have you faced obstacles on your career in the music industry because your identification with a specific gender (if so)?
- 18- Were you perceived equal as a musician in terms of representation/promotion within the music business?
- 19- In the punk scene too?
- 20- Gender perspective /sensitivity wasn't active 40 years ago. How did you accomplish to become acknowledged and make your views and work dominant?
- 21- Was it challenging becoming a parent in the field of the music industry?

**Identity / Empowerment**

- 22- Did any of your attitudes, ideas, or creativity, encouraged role models (representation) for future generations.
- 23- If so, which did you made use of, and how far do you think they've reached?
- 24- Dressing up for performing was a role of enactment?
- 25- How did you construct your image?
- 26- What did influence your way of dressing and identity? What social or cultural contexts, in what time, space?
- 27- Do you believe American punk influenced the UK punk, not the way around?
- 28- What were the female representations you did identified with when growing up? What references?
- 29- Did you feel part of any subculture?
- 30- Did patriarchy transcend into your home?

