

# ***Manifestación implícita del sexismo en la industria musical y cinematográfica de los Estados Unidos. Casos: Ariana Grande, Taylor Swift y Scarlet Johansson<sup>1</sup>***

*Alessia Maccera | Andrea del Aguila | Claudia Arévalo | Laura Donoso | María Gómez | Valeria Freyre*

## ***Resumen***

A partir de la revisión de tres casos específicos de Ariana Grande, Taylor Swift y Scarlett Johansson, el objetivo del presente trabajo es identificar y analizar las manifestaciones de sexismo implícito en la industria musical y cinematográfica de los Estados Unidos; para ello se utilizaron técnicas cualitativas como el análisis de entrevistas que denotan la misoginia internalizada y la percepción de las propias artistas sobre su posicionamiento en la industria. Los resultados apoyan nuestra hipótesis sobre cómo la brecha de género ha permitido que haya una notable diferencia entre lo que parece “propio” de preguntar a artistas mujeres a diferencia de artistas hombres; un juicio completamente basado en el sexismo internalizado. Es necesario tocar estos temas en una época de deconstrucción sobre los “roles” patriarcales que se les han impuesto a las mujeres. Con la cantidad de exposición y alcance que tienen estas artistas es de mucha utilidad que se tome como un ejemplo para el progreso de una sociedad más inclusiva que pone énfasis en la disminución de la brecha de género.

## ***Palabras clave:***

Industria musical, industria cinematográfica, sexismo, estereotipos, discrimina-

---

<sup>1</sup> Primer puesto de la Categoría Inicial. Profesor: Juan Carlos Vela. Curso: Sociedad y comunicación, dictado durante el ciclo académico 2021-2.

ción de género.

## 1. Introducción

La brecha entre el éxito de las mujeres y de los hombres es cada vez más estrecha, pero siempre marcada por el sexismo normalizado en todos los ámbitos de trabajo. El reflejo de este fenómeno se ha hecho presente desde que las mujeres han tenido la oportunidad de trabajar, dándoles responsabilidades basadas en estereotipos y manteniendo siempre una jerarquía que permite que el hombre se encuentre en situación de superioridad. Esto se ha modificado con el tiempo, lo que no significa que haya desaparecido.

Una de las formas de acercarse a este fenómeno es la representación del sexo femenino en los medios. La industria cinematográfica y musical es el ámbito de muchos artistas que se encuentran constantemente visibles a través de la televisión, el cine y la radio; en otras palabras, el público busca estar informado sobre las vidas tanto profesionales como privadas, lo cual les deja libertad para crear diversos tipos de juicios.

El asunto principal de esta investigación es el sexismo normalizado, concepto desde el cual se afirma que la percepción sobre el carácter y responsabilidad de las mujeres en el trabajo incluye aún un conjunto de ideas erradas. Para llegar a esta conclusión, se analizaron entrevistas que evidencian —después de una deconstrucción mental de aquello que se ha normalizado— el sexismo y su imposición sobre la imagen que percibimos de toda mujer en el ámbito público. Sobre todo, la de aquellas que se dedican al mundo del entretenimiento y son admiradas por miles de niñas, jóvenes y adultas alrededor del mundo que sufren ante la formulación de preguntas y comentarios sexistas.

## *2. Marco Teórico*

### **Manifestación implícita del sexismo en la industria musical y cinematográfica de los Estados Unidos de América**

A lo largo del estudio se analizaron diversos conceptos que ayudarán a describir y comprender la problemática de la manifestación implícita del sexismo en la industria musical y cinematográfica de los Estados Unidos. Estos incluyen la discriminación de género, sexismo, ideología androcentrista o androcentrismo, y estereotipos. Estos conceptos se pueden presentar en diversas situaciones de la vida cotidiana. Sin embargo, en esta ocasión serán aplicados para analizar casos concretos: entrevistas a Ariana Grande, Taylor Swift y Scarlett Johansson, personajes de la industria musical y cinematográfica.

La importancia de este trabajo radica en que se considera que no se han realizado muchos estudios sobre este tema en específico, a pesar de que existen antecedentes que indican que es un problema que ha trascendido en el tiempo. Un ejemplo de esta problemática se sitúa en el año 2007, donde se difunde un spot comercial de la marca de Sprite con el eslogan “tu amigo te tiene ganas”, en el cual se muestran a distintos hombres que idealizan sexualmente a sus amigas en todo momento. A diferencia de dichas publicidades, hoy en día los comerciales transmiten mayor inclusión; no obstante, no se deja de mostrar dicho sexismo de formas más sutiles.

### **La presencia de la discriminación de género, androcentrismo y sexismo en las industrias.**

La discriminación de género se hace presente de igual manera. Esta hace referencia a cualquier tipo de desigualdad en el trato hacia personas de ambos sexos y en las distintas manifestaciones sociales (Hernandez & Vigara, 2014). Esto permite

abordar el siguiente concepto entendido como el trato diferenciado en diversas prácticas en base a al sexo biológico de una persona, asumiendo comportamientos que se esperan de hombres y mujeres; en otras palabras: el sexismo. Cabe mencionar que dichas prácticas generalmente afectan a las mujeres, ya que son consideradas inferiores o desiguales en reiteradas ocasiones debido a las creencias culturales que se han normalizado con el transcurso del tiempo y por consecuencia se han implantado en la sociedad (Instituto Nacional de las Mujeres, s.f.). Graciela Jara (2019) explica al sexismo cuando:

Existe una actitud que promueva la discriminación por género, y que involucra violencia indirecta hacia la mujer o el varón, según sea el caso. Además, la violencia impulsa problemas sociales que promueven la irregularidad en las consecuencias familiares y sociales. (p. 29).

Por otro lado, es necesario comprender la ideología androcéntrica que se ha desarrollado desde sus inicios en el mundo mediático. A pesar de la evolución del rol de la mujer en los distintos ámbitos de la sociedad, el androcentrismo continúa evidenciándose de manera implícita. Esta comprende la visión del mundo y de las relaciones sociales centrada en el punto de vista masculino, como define la Real Academia Española (s.f.). Asimismo, existen diferentes autores que ahondan más en el término, definiendo a este último —según Sau— como un enfoque unilateral que considera la perspectiva masculina como medida de todas las cosas y generaliza esos resultados como verdades universales para hombres y para mujeres (Como se citó en Fernández, 2018, p. 362).

De igual manera, la misma autora hace alusión a que el androcentrismo se presenta en distintas formas que van desde la exclusión de las mujeres, hasta una inclusión biográfica o compensatoria con estrategias discursivas privilegiando así a la perspectiva masculina (Fernández Darraz 2015a, 2017 p. 252). Finalmente, para sintetizar esta idea, el Instituto Nacional de las Mujeres propone que la visión

“androcéntrica” segmenta a mujeres y hombres y refuerza estereotipos de unas y otros según los papeles (roles) que deben cumplir en la sociedad (s.f.).

## Los estereotipos y su impacto en las industrias.

De aquí se desprende un discurso estereotipado hacia las mujeres y en los roles que estas deberían cumplir. En principio, el concepto de estereotipo se define como la imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable (Real Academia Española, s.f., definición 1). No es de extrañar que dicha palabra traiga consigo distintas funciones, pero, en este caso, es necesario profundizar en el impacto social que provoca. Andrea Fernández (2016) desarrolla esta idea mencionando que:

La función social de los estereotipos resulta ambivalente por ser positiva y negativa a la vez. Positiva por facilitar la cohesión interna del grupo – los individuos sienten pertenecer a un grupo homogéneo al compartir una común visión del mundo –, y negativa (y peligrosa) por favorecer la inmovilidad del grupo, fijo en sus modelos y maneras de sentir, que puede provocar una actitud hostil frente a los de fuera. (p. 58).

Por otro lado, es evidente que la industria del entretenimiento contribuye a la sociedad a continuar con las expectativas estereotipadas que están fuera de la realidad, y que todas las artistas de la industria experimentan en el transcurso de su carrera de forma tanto explícita como implícita. Algunas palabras del artículo en Izquierda Diario, escrito por Lorena Gjil (2017), mencionan que:

La industria cultural promueve estereotipos sexistas para hombres y mujeres, proyectando cánones de belleza, formas de actuar, de pensar, hasta de sentir que influyen el comportamiento de millones adolescentes y adultos, en este sentido la cinematografía se transforma en una

herramienta más para promover la desigualdad de género. Las artistas que trabajan en esta área de la cultura se ven sometidas a millones de exigencias y molestias ¿y por qué no? Si son los modelitos que el mercado usa para promover estereotipos de mujeres.

En los últimos años, el protagonismo de la mujer ha sido trascendente en el mundo del entretenimiento llegando a la fama y al éxito. No obstante, no han logrado librarse en su totalidad del sexismo, ya que este aún se manifiesta significativamente de forma implícita en estos medios. Esto se debe a que las mujeres han reflexionado y tomado conciencia para combatirlo, siendo esta una lucha que perdura en la actualidad.

Es importante recalcar que los comportamientos sexistas, como mencionan Florencia Tundís y Maitena Minella, se siguen encontrando no sólo en los medios audiovisuales, sino también en eventos públicos. Estos últimos son festivales, entrevistas y premiaciones propias del mundo del entretenimiento, que requieren de una reconfiguración de la mirada hacia una menos sexista y más diversa (2020).

## **Marco Referencial**

Durante muchos años, las artistas femeninas se han visto expuestas a sistemas esencialmente machistas, espacios en los cuales una mujer no podía expresarse sin ser sexualizada, criticada por el nivel de su feminidad, su intelecto e incluso abusada por los más altos cargos de una potente red interna patriarcal. No obstante, las cantantes y actrices, a partir de este abuso de poder y vivencia de un constante estado de desigualdad de género, han buscado formas de defenderse, ya sea por medios personales o siendo activistas de grupos feministas.

### **Cosificación de la mujer en la industria cinematográfica**

A pesar de la insistencia de las mujeres para ser escuchadas por la sociedad, hasta la actualidad, por ejemplo, una artista se ve obligada a cumplir estándares de belleza que no se cumplen o no se manifiestan —normalmente— en la realidad de las mujeres. En primer lugar, en la industria cinematográfica es mucho más común observar comportamientos o características físicas estereotipadas, que encasillan a una mujer con una forma de ser, apariencia y/o pensamientos idealizados. Bonavitta & de Garay (2011) mencionan que este tipo de imágenes sexistas ocasionan que se propicie una discriminación ideológica hacia ellas mismas y las demás personas, lo cual, al llevarse a la práctica, se puede exteriorizar en distintos tipos de violencia internalizada hacia la mujer, que no se pueden percibir con facilidad (p.27). Las mismas autoras agregan que el realizador y perpetuador de estos ideales son los mismos hombres y mujeres machistas, que viven bajo una sombra irreal sobre lo que “debe o no debe” hacer o ser una mujer. “El punto es que el agresor es la sociedad entera(...)” (p. 28).

Por tanto, es un peligro que este tipo de imágenes que incentivan a la “mujer ideal” sigan transcurriendo en el mundo cinematográfico, ya que con el tiempo situaciones meramente discriminatorias y violentas hacia las actrices, con fundamentos sexistas sean imposibles de erradicar y/o refutar. Este pensamiento lo confirma Esther Muñoz, titulada con el grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid, quien señala que: “el público en general tiene tolerancia hacia las situaciones misóginas [y/o] machistas que se proyectan en las películas” (2019, p. 55).

### **Subordinación de la mujer en proyectos cinematográficos y las olas del feminismo**

Por otro lado, es importante destacar que este tipo de idealizaciones y estereotipos también los generan hombres en la dirección y/o producción de una película, ya que está comprobado que a finales del siglo XX e inicios del XXI una mujer era

difícilmente reconocida detrás de cámaras, porque no era común verlas en posiciones altas en la estructura organizacional del cine y se consideraban “poco ingeniosas” y “no creativas” para ese tipo de trabajo. Además, el trabajo que directoras mujeres realizaban no era remarcable o llamativo a los ojos de la sociedad en ese entonces; incluso se puede ratificar que recién en los últimos 10 años el trabajo de una directora ha sido reconocido a nivel mundial. Esto se demuestra en los Premios de la Academia (Oscars) del año 2009, siendo Kathryn Bigelow la primera ganadora mujer en la categoría de “Mejor Película” por su metraje “Zona de miedo”. Estas últimas ideas las avala Trinidad Núñez (s.f.) en su estudio del *Sexismo en películas y series de animación*, donde cita a Carmí (1999) declarando que el trabajo de una mujer claramente va a ser diferente al de un hombre debido al cansancio de ser oprimidas:

Las mujeres que toman decisiones como realizadoras ponen una mirada distinta empezando por la elección del tema y de los personajes. Parece menos probable que una directora utilice a una mujer como objeto del discurso y a un hombre como sujeto. Las mujeres directoras buscan nuevas formas de representación porque están hartas de verse mal representadas (p. 159).

Por mucho tiempo, e inclusive en la actualidad, la mujer ha luchado para trabajar en la industria cinematográfica. Ha sido difícil por las constantes miradas de desprecio sólo por ser mujeres. No obstante, en este siglo se ha llegado a un punto de no tolerar más estos comportamientos que tienen origen un comportamiento machista y opresor. Laura Mulvey (s.f.) atestigua en su artículo *Cine, feminismo y vanguardia*, que sin las tres grandes olas feministas del s. XX no se hubiera podido llegar a una industria en la cual las mujeres sean bienvenidas y respetadas: “(...) no podía concebirse ningún salto hacia adelante sin este primer trampolín: la conciencia de la explotación sexista y de la opresión cultural, y la recuperación de las



mujeres que han luchado para poder hacer películas en el pasado” (p. 20). Es muy frecuente que aún algunas personas del mundo del cine continúen practicando actos sexistas hacia sus colegas; por ello es sustancial que este “primer trampolín” siga siendo reconocido y recordado por hombres y mujeres que tienen aún pensamientos machistas y perpetúan comportamientos sexistas sobre las mujeres.

### **La música como medio para sexualizar a la mujer.**

En el mundo de la producción musical, las cantantes se han visto expuestas en posiciones en las cuales ningún cantante masculino tiene que pasar. Constantemente, dentro de las letras de canciones “se mercantiliza el cuerpo de las mujeres, se fomenta la sumisión femenina y la superioridad masculina, y se puede llegar a impulsar la violencia de manera latente y/o manifiesta” (Hormigos, Gómez & Perelló, 2018). Es verdad que actualmente no existe un porcentaje alto de géneros musicales que mantengan un discurso sexista explícito hacia las mujeres—excepto en el género urbano en inglés y español, como el trap o el reguetón, pero casualmente producido por hombres—. El problema con los géneros como el reguetón o el trap, en Latinoamérica, es que se cuelgan del cambio social actual para crear canciones que supuestamente “empoderan” a la mujer por su cuerpo y/o carácter. No obstante, lo que en realidad quieren dar a entender, implícitamente, es una forma de insinuación para lograr un acto sexual con la mujer, porque logran implantar en el pensamiento masculino y femenino que lo más importante es el físico y cómo se comporta una persona en actos íntimos de pareja. En consecuencia, la mayoría de canciones de dichos géneros, perpetúan un discurso sexista en sus canciones, ya que siguen idealizando a una mujer que “es perfecta para ellos (cantantes masculinos)”.

Aunque todavía es muy común notar la hipersexualización del cuerpo femenino en los videos de la industria musical, actualmente muchas cantantes femeninas también “(...) nos venden empoderamiento, asimilación de roles y estereotipos

masculinos (...)" (Triviño, s.f., p. 11), mostrando así nociones vinculadas al amor propio, la autoaceptación y la ruptura de modelos. De esta manera se puede sustentar —aun cuando es un tema delicado que se debate y pelea— que los hombres y las mujeres deben aprender a respetar todos los aspectos de una persona, y no solo el lado físico.

### **Géneros musicales que influyen al sexismo internalizado y opiniones externas.**

El género del pop, desde su origen, ha sido el favorito de las personas para escuchar, bailar, sentir y analizar. Sus letras usualmente son símbolos líricos o reflejos de lo que atraviesa una sociedad. Según Hormigos, Gómez & Perelló, en la actualidad:

[Muchos de los géneros musicales que usan figuras literarias] interactúan directamente con los problemas de la sociedad: los describen y analizan. Por ello, las que denuncian la violencia de género bien distribuidas y utilizadas pueden consolidar su mensaje en la generación que las recibe y las interpreta por primera vez y también en las futuras. La música se convierte así en un potente agente socializador, gracias al cual las nuevas generaciones pueden aprender valores sociales alejados de la violencia contra las mujeres (2018).

De manera contraria, el heavy metal, el rock and roll, el punk o el rap, no tienen tanta acogida para abrazar mensajes que se manifiestan en contra de los estereotipos de mujer, ya que son crudos, directos y fuertes. Estos géneros tienen un público específico, que en la actualidad se ha diversificado en cuestiones de género.

Desde una perspectiva más internacional, en la industria musical del k-pop, el sexismo está presente ya que es muy usual que las artistas de estas bandas

coreanas sean utilizadas como modelos que fomentan un rol ideal de la mujer artista en esa parte del mundo. Esto lo confirma María José Martín-Montalvo (2018), quien en *El sexismo en la industria musical de la Ola coreana* señala que lo que se representa es “una imagen específica de la mujer que responde básicamente a las necesidades de un mercado de la industria musical, más que a la imagen de la mujer coreana contemporánea” (p. 48). Además, a pesar de estos estereotipos, aún el número de mujeres artistas en la industria musical del k-pop es mucho menor al número de hombres, obligando a las cantantes a reforzar más y trabajar bajo la presión de ser “perfecta” y cumplir con los clichés sociales y corporales de Corea.

Asimismo, este sexismo se manifiesta a partir de los cánones de belleza de una mujer asiática en videoclips, entrevistas o cualquier espacio donde las artistas se vean expuestas a un público. Esta idea la afianza el estudio “El sexismo en la industria musical de la Ola coreana (Hallyu)”:

Esta idealización del género femenino y la búsqueda de la perfección física son una clara muestra de la discriminación sexista a la que se hallan sometidas las artistas surcoreanas por parte de la industria. (...) La mujer es tratada como una acompañante del hombre en la mayoría de videoclips de artistas masculinos. Esta cosificación por parte de la industria musical al género femenino es un puro reflejo de la sociedad actual en todas partes del mundo (Martín-Montalvo, 2018, p. 49).

Finalmente, es importante cuestionar y sospechar lo que se escuche en una canción o se vea en una película. Buscar más allá, generar ideas para terminar con el sexismo, aunque sea de manera local y accionar al respecto. Como es característico de negocios, los ingresos son los primordial y a veces lo nuevo, diferente o lo que “vaya contra corriente” puede ser mejor. Triviño opina que “(...) siempre será mejor que vendan esta deconstrucción del género (...)” (s.f., p. 11), de esa forma contribuyen económicamente a esas industrias y acaban con el sexismo.

### **3. Objetivos del trabajo**

#### **Objetivo General:**

- Identificar y analizar las formas de manifestación de sexismo implícito en la industria musical y cinematográfica de los Estados Unidos, en casos específicos de entrevistas a Ariana Grande, Taylor Swift y Scarlett Johansson.

Se analizó a profundidad la manifestación de este fenómeno de forma implícita y que suele ser normalizado no sólo por los del medio artístico, sino también por los consumidores de entretenimiento y la sociedad en general. El problema actual para las mujeres son las desventajas implícitas, normalizadas y aceptadas por la sociedad. En todo ámbito laboral la mujer suele ser subestimada y criticada con frecuencia, sin mencionar las situaciones incómodas como el acoso laboral. Las personas son conscientes de que, aunque una mujer y un hombre tengan exactamente la misma relevancia en alguna producción audiovisual, la experiencia del género femenino será completamente diferente a la del masculino.

#### **Objetivos Específicos:**

- Analizar una serie de entrevistas realizadas a 3 artistas: Ariana Grande, Taylor Swift y Scarlett Johansson, que muestran el sexismo de forma implícita en el mundo del entretenimiento de Estados Unidos.

Se seleccionaron diversas entrevistas a tres personajes femeninos en la industria del entretenimiento (cine y música), en las cuales se les hicieron múltiples preguntas con el supuesto propósito de hablar sobre sus más recientes proyectos musicales o de actuación. No obstante, estas resultan ser de carácter sexista.

- Determinar las formas más frecuentes de sexismo implícito mostrada en la industria cinematográfica y musical a partir de los casos analizados.

Una vez que se logre identificar las preguntas sexistas en las entrevistas, nuestro segundo objetivo específico radica en encontrar cierto patrón en estas

preguntas o comentarios. Se busca analizar las formas y datos similares sobre este trato sexista y cuáles son las formas más frecuentes.

- Categorizar las formas más frecuentes del sexismo implícito a partir del objetivo específico 2.

Darle un nombre o una categoría a esta clase de preguntas podrá facilitar el proceso de identificación del fenómeno sexista.

### **Pregunta de Investigación:**

¿De qué manera el sexismo internalizado afecta al papel de la mujer en la industria cinematográfica y musical estadounidense?

## **4. Metodología**

### **Enfoque de Investigación**

El propósito de la siguiente investigación es de carácter cualitativo considerando que se desarrolla a través del análisis de tablas de contenido que incluyen situaciones en las cuales actrices y cantantes han recibido preguntas o comentarios sexistas durante entrevistas, ruedas de prensa, etc. Asimismo, a través de estas, se podrá analizar y explicar las preguntas o comentarios sexistas. Según la interpretación y lo que se obtenga del análisis, se podrá crear una perspectiva más consciente de la problemática.

### **Diseño inducción analítica e instrumento**

La investigación tiene un diseño inductivo analítico, ya que verifica teorías y proposiciones basadas en datos cualitativos. Según Znanieci, la inducción analítica es una buena estrategia porque “a veces hace avanzar explicaciones que si no encuentran resistencia son tomadas por su autor como válidas y definitivas” (Amezcu, M y

Gálvez, A. 2002). Cada caso será analizado en una tabla, en la cuales se colocará el nombre de la actriz o cantante, el contexto, cuál fue la pregunta/comentario, palabras claves, el tipo de pregunta (íntima, profesional, estética) y que respondieron frente a esto para una organización clara que especifique los elementos analizados.

### Unidades de análisis

- **Ariana Grande:**

Ariana Grande Butera (27 años) es una cantante, compositora, actriz y productora musical. Su carrera comenzó en 2011 con la banda sonora de Victorious (Crunchbase, s.f.). Desde entonces, Grande ha logrado posicionar 5 álbumes en la primera posición dentro del Billboard 200 de Estados Unidos con Yours Truly (2013), My Everything (2014), Sweetener (2018), Thank U, Next (2019) y Positions (2020), y Dangerous Woman (2016) en la segunda posición. Asimismo, Grande es la primera artista femenina en la historia de dicho listado en tener los sencillos principales de cada uno de sus cinco álbumes en debutar entre las diez primeras posiciones de la lista de éxitos Billboard Hot 100 (Trust, 2018).

**Figura 1. Ariana Grande (Premios Grammy's 2020)**



Fuente: Cosmopolitan

- **Taylor Swift:**

Taylor Alison Swift es cantante, compositora, productora y actriz estadounidense

de 31 años de edad. Cuando se mudó a Nashville, lugar donde comenzaría su carrera musical inicialmente de música country. Desde ese momento, Swift ha realizado 9 álbumes de estudio, 4 en directo y 53 sencillos, lo que la califica como una de las artistas con mayores ventas discográficas en el mundo. Asimismo, alcanzó la fama desde muy joven llegando a obtener premios bastante importantes en esta industria tales como Grammy's (10), Billboards (22), American Music Awards (23), dos nominaciones a globos de oro, entre otros.

**Tabla 2. Minutado documental de once escenas de la película Retablo.**

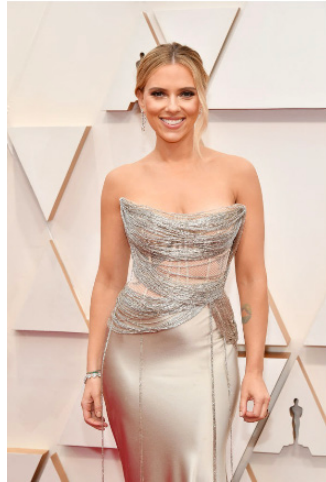


- **Scarlett Johansson:**

Scarlett Johansson es una actriz estadounidense nacida el 22 de noviembre de 1984. Comenzó a mostrar interés por la actuación a una temprana edad y se formó en distintos institutos. Logró su primer papel protagonista en "Manny & Lo" (1996) y obtuvo mayor reconocimiento al ser partícipe del Universo cinematográfico de Marvel con el papel de Viuda Negra. Johansson ha sido una de las actrices mejor pagadas del cine y debido a su talento como intérprete, ha sido nominada al Globo de Oro como mejor actriz en diversas ocasiones. Además, ha recibido varios premios y en 2012 obtuvo su estrella en el Paseo de la Fama de Hollywood. (BBC

News Mundo, 2018).

**Figura 1. Scarlett Johansson (Premios Oscar 2020)**



Fuente: Glamour

## **5. Resultados**

En el primer caso, se va a tomar como unidad de análisis a la actriz y cantante Ariana Grande, considerada como influyente en el público adolescente. Como se verá en el siguiente cuadro, Grande defiende a las mujeres aludiendo a que ellas no son superficiales ni materialistas, dándole relevancia al papel de estas tanto en la industria cultural como en la vida cotidiana. Del mismo modo, ha logrado romper distintos estereotipos a través de sus discursos en las entrevistas planteadas.



Tabla: Caso de Ariana Grande

Personaje Público	Contexto	Pregunta/comentario	Entrevistador(a)	Palabras clave	Tipo de pregunta	Respuesta
Ariana Grande	Twitter	"Mira como te muestras en tus videos, de manera sexual"		-Muestras -Sexual.	Profesional	"...expresar la sexualidad es un arte, no una invitación a que me falten el respeto"
Ariana Grande	Entrevista en la radio	"¿Si tuvieras que escoger entre usar tu celular o maquillaje una última vez cuál escogerías?"	Justin Credible (hombre) Mando Fresho (hombre)	-Maquillaje -Celular	Íntima	"¿Creen que esto es con lo que las mujeres tienen dificultades para elegir?"
		"¿Realmente puedes ir a algún lugar sin tu celular?"	Justin Credible (hombre) Mando Fresho (hombre)	-Horas -Celular		"¿Si, muchas horas, me gusta salir y estar presente?"
		"Chicas tienen que aprender a ser como ella"	Justin Credible (hombre) Mando Fresho (hombre)	-Chicas -Aprender		"Hombres, aprendan."
		"Ay chicas... que usan el emoji de unicornio."	Justin Credible (hombre) Mando Fresho (hombre)	-Mujeres		"Hombres, muchos hombres también usan el emoji de unicornio"

Fuentes consultadas: Clavver Teve. (2017, 26 agosto). 7 Veces que Famosos le Pusieron un Alto al Sexismo [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=exPqj-yxk1Y>

En la segunda unidad de análisis, se consideró a la cantante Taylor Swift por ser una figura pública que desde muy joven ha sido atacada en reiteradas ocasiones por razones de género. Debido a esto último, a lo largo de su crecimiento como artista se ha pronunciado en contra de las conductas sexistas mediante distintos discursos en eventos, entrevistas e incluso su propio documental en Netflix, los cuales son de gran alcance.

**Tabla: Caso de Taylor Swift**

Personaje Público	Contexto	Pregunta/comentario	Entrevistador(a)	Palabras clave	Tipo de pregunta	Respuesta
Taylor Swift	Documental	"¿Cómo es la industria musical para las mujeres?"	-	-Reinventarse -Trabajo -Industria	Profesional	"Las mujeres debemos reinventarnos cada dos años si queremos seguir en la industria, tenemos que, si no, nos quedamos sin trabajo."
	Documental	"¿Cómo es la industria musical para las mujeres?"	-	-Brillantes -Ellos	Profesional	"...quieren que seamos nuevas, brillantes, pero solo de la manera que ellos quieren."
	Entrevista	"¿Por qué escribes solo canciones relacionadas a tus ex's?"	Desconocida y desconocido	-Compartida -Emocional -Loca	Profesional	"Francamente creo que eso es un ángulo muy sexista para tomar, nadie dice eso de Ed Sheeran, ni de Bruno Mars. Todos ellos escriben canciones de sus exes, sus actuales novias, su vida amorosa. Y nadie levanta una "bandera roja" allí"
	Serie de Netflix: "Ginny & Georgia"	"¿Qué te importa? Pasas por los hombres más rápido que Taylor Swift".	Personajes de la serie (indirectamente los guionistas)	-Degradar -Trabajadoras	Íntima	"Hola 'Ginny & Georgia', el 2010 llamó y quiere que le devuelvan su broma vaga y profundamente sexista. ¿Qué tal si dejamos de degradar a las mujeres trabajadoras definiendo esta mierda como divertida?"
	Entrevista	"Esta noche vas a volver a casa con algo más que un trofeo, ¿Quizás con muchos hombres?"	Desconocida	-Premio -Hombre	Íntima	No voy a volver a casa con ningún hombre. Voy a salir con mis amigas

Fuentes consultadas: Paula Eloisa. (2020, 8 julio). Taylor Swift explica cómo es la industria musical para las mujeres [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UwLcvxa08w8>

Finalmente, se tomó como referencia dos ruedas de prensa y dos entrevistas a la conocida actriz Scarlett Johansson. Ella mantiene una posición feminista, no sólo al defenderse ante preguntas sexistas y androcentristas que ha experimentado por muchos años, incluida la cobertura por el trabajo más representativo de su carrera: su icónico papel como “la Viuda Negra”; sino también mostrando empatía y apoyando al movimiento junto a todas las niñas, jóvenes y adultas que la siguen.

**Tabla: Caso de Scarlett Johansson**

Personaje Público	Contexto	Pregunta/comentario	Entrevistador(a)	Palabras clave	Tipo de pregunta	Respuesta
Scarlett Johansson	Rueda de prensa	Para conseguir estar en forma como La viuda negra, ¿tuviste que seguir una dieta especial o rutina?	Desconocida	-Dieta -Rutina	Estética	¿Cómo es que tú -Robert D.- recibes preguntas realmente interesantes y yo las de comida de conejo?
	Entrevista	“¿Podías usar ropa interior?”	Reportero del programa “Extra TV”	-Ropa interior	Íntima	Eres la quinta persona que me lo pregunta. ¿qué está pasando?! ¿Desde cuándo la gente empezó a preguntarse uno al otro sobre su ropa interior?
	Rueda de Prensa	“¿Cuáles podrían ser los elementos de moda de la nueva película Infinity War?”	Reportero	-Elementos de moda -Vestimenta -Uniforme	Estética	“¿Qué? ¿Tengo elementos de moda? Honestamente no sé cómo responder a esa pregunta. Por los últimos diez años he utilizado el mismo leotard como uniforme.”
	Entrevista	“Tu obviamente no tienes las mismas preocupaciones de tu cuerpo al igual que todas nosotras...”	Entrevistadora	-Cuerpo	Estética	“Primero que nada, todas las mujeres tenemos preocupaciones acerca de nuestro cuerpo...”

Fuentes consultadas: Ariana Jhonson. (2021, 14 enero). Scarlett Johansson shutting down sexist comments for 5 min straight [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YGqQk12jBoA>

## 6. *Discusión*

A lo largo de este artículo se han encontrado una gran variedad de ejemplos de misoginia internalizada por parte de los entrevistadores, sin importar el género, y hasta la percepción de las propias artistas sobre su rol en la industria musical y cinematográfica. Existe un patrón muy marcado entre las diferencias de las preguntas que se les hace a artistas masculinos y a artistas femeninas. El uso de estos ejemplos demuestra explícitamente que no importa la fama o el poder de la artista, la mayoría de las veces será disminuida a su rol como mujer más que a su posicionamiento en la industria. Esto abarca desde realizarles preguntas sin relevancia sobre el tema que se está tocando, es decir, preguntas más pegadas a la moda o al físico; e incluso, le da una visión peyorativa a la manera en que ellas producen su material, así sea uno muy similar al de artistas del sexo masculino. Cabe resaltar que la sexualización, discriminación y mirada androcentrista hacia la mujer en estas industrias no viene solo de parte de los medios, pues este fenómeno opresivo actúa como una dicotomía por parte tanto de los trabajadores de la industria como de los consumidores. Por tales razones se evidencia que el sexismo dentro de la industria musical y cinematográfica actúa de diversas maneras, por lo que se han identificado tres tipos de sexismo que clasifican el papel de la mujer dentro de las industrias: íntimo, estético y profesional.

Primero, las preguntas íntimas afectan de manera invasiva la integridad de cada una de las artistas, además de exponer aspectos de su vida privada. Esto se puede apreciar en el caso de Ariana Grande, que asiste a una entrevista de radio y en vez de cuestionar sus últimos lanzamientos musicales, o sus trabajos como actriz en series juveniles, le hacen preguntas íntimas orientadas a representar a una mujer como incapaz de vivir sin usar su celular o usar maquillaje, lo cual tiene una connotación sexista, al incidir en factores menos importantes que su talento artístico o su desempeño profesional. Por otro lado, la artista combate este tipo de sexismo mediante sus canciones, ya que hace evidentes sus experiencias per-

sonales transformadas en lirismo melódico. Además, su vínculo con el género del pop genera que más personas consigan interiorizar y analizar el significado de sus versos.

Segundo, este enfoque del sexismo íntimo contribuye a que las personas le resten importancia al posicionamiento profesional que han obtenido las artistas a lo largo de sus carreras. Por ello, hay una connotación negativa para las mujeres en la que se evidencia una dependencia en la opinión masculina, la cual es otra forma de sexismo; en otras palabras, el trabajo de estos personajes femeninos depende de la aprobación del género opuesto. Esto lo podemos identificar fácilmente en el caso de Taylor Swift, la cantante responde a preguntas sobre su carrera mencionando que para poder permanecer o sobrevivir en esta industria como mujer, no solo tiene que reinventarse cada dos años y dar la impresión de ser novedosa, sino que estos factores se vinculan con las demandas de los hombres. Y es así como se puede identificar que Swift ha logrado internalizar su papel en la industria como una mujer activista que lucha por la exposición de este tipo de comentarios y acciones sexistas o machistas. Esto se puede relacionar directamente con el movimiento feminista, ya que, sin este, en realidad, ninguna mujer se daría cuenta de la opresión masculina en cualquier ámbito. Además, debido a que una gran parte de líderes musicales son hombres, las cantantes se ven obligadas a generar constantes cambios físicos y de estilo para satisfacer la supuesta mercantilización de sus productos musicales, como se mencionó previamente en este informe.

Tercero, las preguntas referidas a la estética tienden a hipersexualizar a la mujer y asignar estereotipos, ya que el sexismo estético afronta temas relacionados al cuerpo y aspectos superficiales de las artistas. En el caso de Scarlett Johansson, se puede identificar lo anterior.

En una entrevista al elenco de la película "Infinity War", a los actores se le hacían preguntas referidas a su rol en el filme o el proceso creativo de este; mientras que, a Johanson, que tiene un papel igual de protagónico que el de sus compañe-

ros, se le preguntaba acerca de su ropa interior o su dieta. La actriz demostró su incomodidad hacia el hecho de que sus preguntas sean sexualizadas, referidas a su rol como “símbolo sexual”; pues su personaje en la película “Black Widow” fue sexualizado no solo por el público, sino por el mismo medio. Se puede evidenciar la ideología androcentrista por parte de la industria y los consumidores de manera latente, porque se está priorizando la opinión e interés del hombre sobre el desempeño de una actriz, mas no una perspectiva que apoye, globalmente, cada faceta de estas.

## 7. Conclusión

El contexto para el género femenino en las industrias analizadas presenta limitaciones. Las mujeres mayormente deben cumplir con las expectativas de los hombres casi por obligación si es que desean sobrevivir en su trabajo, a esto nos referimos con venderse como un personaje sexy, bello y novedoso. Esto se debe a que la mujer es vista como un objeto o un ser que debe servir y complacer al hombre. Así, pese a que esta creencia ya no se ve de forma tan rígida en la actualidad de muchas mujeres, aún sigue internalizada en algunos sectores de la sociedad; en especial en la industria musical y cinematográfica.

Se cree que para prosperar en el ámbito artístico se necesita talento y esfuerzo, pero para las mujeres es más complicado. Generalmente, estas deben cumplir con múltiples requisitos para ejercer su carrera. Deben ser atractivas y dulces, pero con una personalidad fuerte. De no ser así, deben soportar que la sexualicen constantemente. Hecho que “le favorece” económicamente ya que, si no la sexualizan, es muy probable que no tenga demasiado éxito o fama.

Los personajes femeninos en estas industrias deben mostrar un perfil agradable constantemente. Sin embargo, si quieren mostrar rebeldía, deben estar bajo la “rebeldía” aceptada por el hombre, mientras a éste le guste. Las entrevistadas

mencionadas en este trabajo dan a conocer lo difícil que es para muchas de ellas estar a la altura de un espectáculo por la cantidad de maquillaje o cambios de vestuario al igual que las actrices frente a la construcción del personaje.

Estos tres casos son unos de los pocos, pero más famosos de personajes femeninos mostrando su disconformidad con el machismo y sexismo implícito no solo en la industria para la que trabajan, sino en la sociedad actual. Estas son unas de las pocas famosas que realmente son activistas feministas, ya que muchas no hacen nada respecto a este fenómeno por su magnitud o porque podría poner su imagen y carrera en riesgo.

Cabe resaltar que para cambiar la mentalidad retrógrada que persiste día tras día en nuestra sociedad se necesita ir en contra de esta representación en los medios enfocados. Todos tienen la responsabilidad de mirar hacia adelante en el desarrollo personal de los individuos, independientemente de su raza, género, orientación sexual, religión, etc. Y eso solo es posible si se analiza y estudia todo aquello que no nos permite romper la brecha que separa a cualquier minoría o género, sobre todo el sexismo implícito.

## Bibliografía

### VIDEOCLIPS DE ENTREVISTAS

Ariana Jhonson. (2021, 14 enero). *Scarlett Johansson shutting down sexist comments for 5 min straight* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YGqQk12jBoA>

Clavver Teve. (2017, 26 agosto). *7 Veces que Famosos le Pusieron un Alto al Sexismo* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=exPqj-yxk1Y>

El HuffPost. (2017, 20 septiembre). *Famosas que responden a preguntas sexistas* [Vídeo]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=rsq\\_5OzbOR8](https://www.youtube.com/watch?v=rsq_5OzbOR8)

Ella dice. (2021, 1 marzo). *Taylor SWIFT ARREMETE Contra Serie De NETFLIX 'GINNY & GEORGIA' Por Hacer Esta 'BROMA' Sobre Ella* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=BiITZuMLXd4>

íconos. (2019, 15 diciembre). *Scarlett Johansson contra el machismo | íconos* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=2UuFGsHva8c>

MistyKingma. (2015, 3 noviembre). *Ariana Grande Scolds Power106 Radio DJs About Equality in Awkward Interview (Be Yourselfie)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=cTCD65AyXxA>

Paula Eloisa. (2020, 8 julio). *Taylor Swift explica cómo es la industria musical para las mujeres* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UwLcvxa08w8>

### FIGURAS

Getty Images. (2020, 10 febrero). *Glamour* [Fotografía]. <https://www.glamour.es/celebrities/oscar/articulos/premios-oscar-2020-scarlett-johansson-vestido-oscar-de-la-renta/49058>

Granitz, S. (2021, 30 mayo). *Cosmopolitan* [Fotografía]. <https://www.cosmopolitan.com/es/famosos/noticias-famosos/a36577523/ariana-grande-tatuajes-borrados/>

Mazur, K. (2021, 16 marzo). *Diario Las Americas* [Fotografía]. <https://www.diario->



lasamericas.com/cultura/taylor-swift-y-harry-styles-se-reencuentran-los-grammy-n4218

## REFERENCIAS

Acento. (s. f.). *¿Qué es y cómo funciona la industria musical?* Recuperado 9 de mayo de 2021, de <https://acentocoop.es/blog/industria-musical-que-es-como-funciona/>

Agustín Gonçalves. (2006, 26 agosto). *Publicidad Sprite - Tu Amigo. . . te tiene ganas* [Vídeo]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=CNVh\\_S6cjb4](https://www.youtube.com/watch?v=CNVh_S6cjb4)

Bachiller Graciela Jara Ramirez (2019) *Nivel de sexismo en estudiantes de academia premilitar "Los Husares" de la ciudad de Huacho periodo 2019*. [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4560/TRABSUFICIENCIA\\_JARA\\_GRACIELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4560/TRABSUFICIENCIA_JARA_GRACIELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

BBC News Mundo. (2018, 19 agosto). *Scarlett Johansson es la actriz mejor pagada del mundo, pero ¿cómo se compara su sueldo con el exorbitante salario del actor que más gana?* <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45224083>

Bonavitta, P., & de Garay Hernández, J. (1). *De estereotipos, violencia y sexismo: la construcción de las mujeres en los medios mexicanos y argentinos*. Anagramas Rumbos Y Sentidos De La Comunicación, 9(18). <https://doi.org/10.22395/angr.v9n18a1>

Cantalapiedra, E. M. (2014). *Los 15 mayores escándalos de Beyoncé y Jay Z*. *El Mundo*. [https://www.elmundo.es/album/loc/2014/07/22/53ce92ef22601df-83b8b4599\\_9.html](https://www.elmundo.es/album/loc/2014/07/22/53ce92ef22601df-83b8b4599_9.html)

Crunchbase. (s. f.). *Ariana Grande*. Recuperado 9 de mayo de 2021, de <https://www.crunchbase.com/person/ariana-grande>

Council of Europe. (s. f.). *Sexismo. Detéctalo. Ponle nombre. Páralo*. Recuperado 9 de mayo de 2021, de <https://www.coe.int/es/web/human-rights-channel/stop-sexism>

Fernandez Darraz, M.C. (2017). *La valoración en el discurso de la enseñanza de la his-*

toria. *Aportes para el análisis del androcentrismo*. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/signos/v50n95/0718-0934-signos-50-95-00361.pdf>

Fernandez Darraz, M.C & Baeza Duffy, P. (2018). *Androcentrismo en la co-construcción discursiva multimodal crítica de significados valorativos en la enseñanza de la historia*. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/signos/v50n95/0718-0934-signos-50-95-00361.pdf>

Fernandez-Montesinos, Andres (2016). *Los estereotipos: definición y función*. <https://iberical.sorbonne-universite.fr/wp-content/uploads/2017/02/Pages-from-iberic@l-no10-automne-2016-Final-4.pdf>

Fnac (s.f.) *Taylor Swift*. Recuperado el 10 de mayo del 2021 de <https://www.fnac.es/Taylor-Swift/ia118671/biografiaç>

Garcia Oyarzun, Ainhoa. (2014). *Sobre sexismo en los medios de comunicación: enfoque pragmático - discursivo*. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/24699/1/T35198.pdf>

Gjik, L. (2017, 9 agosto). *El sexismo que trasciende las pantallas del cine y la televisión*. Izquierda Diario. [https://www.izquierdadiario.es/El-sexismo-que-trasciende-las-pantallas-del-cine-y-la-television?id\\_rubrique=1714](https://www.izquierdadiario.es/El-sexismo-que-trasciende-las-pantallas-del-cine-y-la-television?id_rubrique=1714)

González González, L. (Ed.). (s. f.). Otras miradas a la interpretación. En *Cine y Género: Otras miradas a la interpretación*. (pp. 19–22). Zoom In.

Hormigos Ruiz, J., Gómez Escarda, M., & Perelló Oliver, S. (2018, abril). *Música y violencia de género en España. Estudio comparado por estilos musicales* (N.o 76). <https://doi.org/10.29101/crcs.v25i76.4291>

Instituto nacional de las mujeres (2021) *Puntogénero: Formación para la igualdad*. <http://puntogenero.inmujeres.gob.mx/>

Jara Ramirez, G. (2019). *Nivel de sexismo en estudiantes de la academia premilitar "Los Husares" de la ciudad de (TFG)*. Universidad Inca Garcilaso de la Vega: Facultad de Psicología y Trabajo Social. [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4560/TRABSUFICIENCIA\\_JARA\\_GRACIELA](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4560/TRABSUFICIENCIA_JARA_GRACIELA).

pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jennifer Drysdale. (2016, 28 diciembre). *Ariana Grande Claps Back At Haters Criticizing Her Harassment Post*. ABC NEWS. <https://www.whas11.com/article/entertainment/entertainment-tonight/ariana-grande-claps-back-at-haters-criticizing-her-harassment-post/379840593>

Martín-Montalvo Hinarejos, M. J. (2018). *El sexismo en la industria musical de la Ola coreana (Hallyu) (N.o 1)*. Universidad Miguel Hernández de Elche: Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche. <http://193.147.134.18/bitstream/11000/6920/1/La%20ola%20coreana%20TFG%20definitivo%20%2811%29.pdf>

Mulvey, L. (s. f.). Cine, feminismo y vanguardia [Libro electrónico]. En *Cine, feminismo y vanguardia* (pp. 15–25). <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44002500/youkali11-a-LMulvey-with-cover-page.pdf?Expires=1620TUCA6owFJwlgkGAbydPN00jammY>

Muñoz Blanco, E. (2019, junio). *El machismo, sexismo y la misoginia oculta en la cultura seriéfila* (N.o 1). Universidad de Segovia & Universidad de Valladolid. <https://core.ac.uk/download/pdf/225143841.pdf>

Núñez Domínguez, T. (Ed.). (s. f.). El sexismo en películas y series de animación. [Libro electrónico]. En *La mujer dibujada* (Vol. 1, pp. 139–161). <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/28010/lamujerdibujada.pdf?sequence=1>

Real Academia Española de la Lengua. (actualizado 2020). <https://dle.rae.es/>

Sámano Suárez, L. (2016). *Los nuevos perfiles de mujer en la industria musical hegemónica: Un análisis multidisciplinar y transversal de las figuras de Beyoncé, Katy Perry y Rihanna* (TFG). Universidad Carlos III de Madrid. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51107552/TFG\\_LuciaSamanoSuarez\\_DEFINITIVO](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51107552/TFG_LuciaSamanoSuarez_DEFINITIVO)

Santana López, Eva, & Rom Rodríguez, Josep, & Fondevila Gascón, Joan Francesc,

& Mir Bernal, Pedro (2015). El sexismo y los estereotipos en la publicidad y en el cine. Análisis comparativo. *Opción*, 31(1),657-670.[fecha de Consulta 09 de Mayo de 2021]. ISSN: 1012-1587. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31043005036>

Triviño Cabrera, L. (s.f.). *La construcción social del género en la cultura musical pop: una oportunidad para abordar el sexismo en la educación superior*. <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/11945/La%20construcci%C3%B3n%20social%20del%20g%C3%A9nero%20en%20la%20cultura%20musical%20pop.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Trust, G. (2018, 11 diciembre). *Ariana Grande Achieves First Billboard Hot 100 No. 1 as «Thank U, Next» Debuts on Top*. Billboard. <https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/8484401/ariana-grande-thank-u-next-hot-100-first-number-one-debut>

Universidad de Jaén. (s. f.). *Inducción Analítica*. Recuperado 9 de mayo de 2021, de [http://www.ujaen.es/investiga/tics\\_tfg/inducccion\\_analitica.html](http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/inducccion_analitica.html)