

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

FACULTAD DE ARTES ESCÉNICAS



La responsabilidad ética desde un enfoque de género, del equipo de management musical en la construcción de la imagen pública de una mujer cantante

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de Bachiller en Artes Escénicas con mención en Música presentado por:

Laura Isabel Arriola Cuadra

Asesora:

Victor Francisco Casallo Mesias

Lima, 2020

RESUMEN

Esta investigación expone la problemática que se presenta en la labor profesional de los equipos de *management* musical cuando se les encarga realizar la construcción de imagen pública de una mujer cantante. Se expone una muestra de las cuestiones éticas presentes en esta problemática, supervisadas transversalmente por el concepto de enfoque de género. Todo esto con el fin de generar una reflexión y una apertura al diálogo sobre dicha disyuntiva ética, mediante una discusión entre diversos autores que han tratado este tema desde diferentes perspectivas. En las siguientes páginas se encuentran las herramientas para entender conceptos presentes en la discusión ética además de comprender el porqué de la elección y participación de dichos términos en la disyuntiva; además de problematizar y discutir las disyuntivas éticas en sí. Se propone que las mujeres cantantes antes de ser consideradas parte del entretenimiento social, sean vistas en primer lugar como seres humanos libres en dignidad, pensamiento y acción. El texto busca que tanto público, como principalmente los artistas que pertenecen a la industria musical, tomen posición crítica en esta discusión, pues ya sea que estén de un lado o del otro, reflexionar acerca de lo expuesto en este texto, nos ayudará a construir un espacio artístico más sano y seguro para todas y todos.

SUMMARY

This work exposes the problems that arise in the professional work of music management teams when they are commissioned to build the public image of a female singer. A sample of the ethical issues present in this problem is exposed, supervised transversally by the concept of gender approach. All this in order to generate a reflection and an openness to dialogue on said ethical dilemma, through a dialogue between various authors who have dealt with this issue from different perspectives. In the following pages you will find the tools to understand concepts present in the ethical discussion as well as understanding the reason for the choice and participation of said terms in the dilemma; in addition to problematizing and discussing the ethical dilemmas themselves. It is proposed that women singers, before being considered part of social entertainment, are seen in the first place as human beings free in dignity, thought and action. The text seeks that both the public, and mainly the artists who belong to the music industry, take a critical position in this discussion, because whether they are on one side or the other, reflecting on what is exposed in this text will help us to build a healthier and safer artistic space for everyone.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Introducción.....	5
Parte I	
1. Marco Teórico	
1.1. Management Musical.....	7
1.2. Enfoque de Género y Ética.....	9
Parte II	
2. Discusión Ética.	
2.1. Vestuario artístico y ética.....	12
2.2. Sexualización en la construcción de imagen pública.....	15
2.3. El control de la imagen corporal del equipo.....	17
2.4. “Calladita te ves más bonita” El control del uso público de la razón en las mujeres cantantes.....	19
2.5. El marketing musical como posible agente de eternización de las asimetrías de género.....	21
Conclusiones.....	24
Referencia bibliográfica.....	26

INTRODUCCIÓN

Las relaciones de género al ser construcciones sociales, culturales e históricas, permean toda manifestación social, como lo es en este caso, la industria musical. El caso específico al que se dirigirá la atención de este trabajo dentro de dicha industria, será observar y discutir las responsabilidades éticas que podría tener el equipo de *management* cuando este realiza la construcción de imagen pública de una mujer cantante, todo esto supervisado por el concepto de enfoque de género. Cabe mencionar que este trabajo no pretende abarcar ni discutir todos los aspectos involucrados en la construcción de imagen pública de una artista, sino invitar a la reflexión y brindarle al terminar con la lectura de este, una visión más amplia de esta disyuntiva ética.

El trabajo busca responder a la siguiente pregunta: ¿Qué consideraciones éticas desde un enfoque de género, debe tener en cuenta el equipo de management musical en la construcción de imagen pública de una mujer cantante? Y se logrará responder a ella a través de un diálogo entre diversos autores que han tratado este tema desde diferentes perspectivas, buscando siempre invitar a la reflexión y al diálogo.

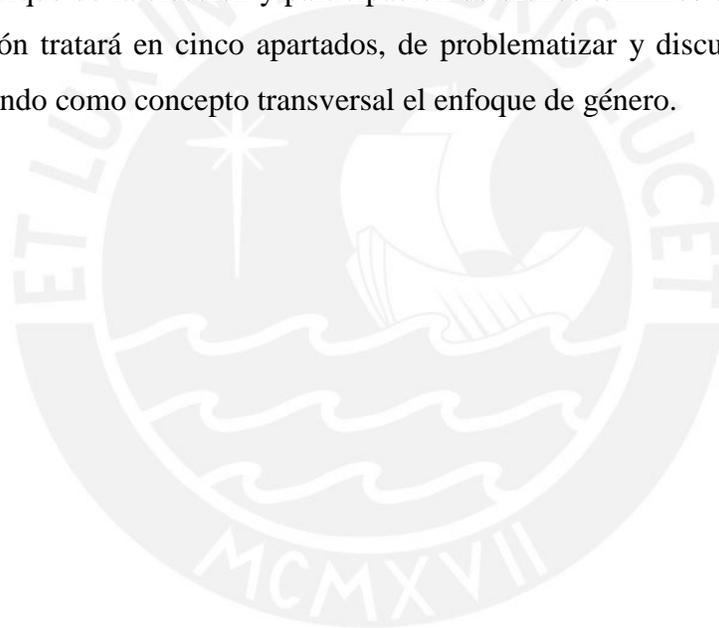
Nos cuestionamos qué consideraciones éticas se deberían tener cuando trabajan con mujeres cantantes, teniendo en cuenta un enfoque de género. ¿Acaso dicha representatividad podría ser estereotipada? Por ejemplo, muchas veces se les indica o hasta es considerado un hecho, que ellas utilicen maquillaje, se pongan tacos, etc; y si esto no se cumple, en ocasiones se pone en tela de juicio la calidad de su práctica profesional. En otras oportunidades, se les exige la implementación de cierto tipo de vestuario que exponga su sensualidad con el único fin de “vender”, desvalorizando completamente sus valores intrínsecos como profesional y hasta cosificando su cuerpo humano

La principal motivación en la elección del presente trabajo, parte de experiencias personales, ya que soy precisamente una cantante mujer, y a lo largo de mi experiencia interactuando en la industria musical, pude vivir tanto en carne propia, como con experiencias de colegas que son mujeres y cantantes también; diversas situaciones que me llevaron a cuestionarme si solo por nuestra condición de ser mujeres, se nos trataba o consideraba de forma diferente a la de los varones artistas. Y precisamente se eligió la

construcción de imagen, porque me ví inmersa en esa situación y disyuntiva en mi carrera profesional.

Al ser el enfoque de género un concepto transversal a toda manifestación social, la presente investigación busca que tanto público, como principalmente los artistas que pertenecen a la industrial musical, tengan en cuenta esta discusión, pues ya sea que estén de un lado o del otro, reflexionar acerca de lo expuesto en este texto, nos ayudará a construir un espacio artística más sano y seguro para todas y todos.

La presente investigación estará organizada en dos secciones. La primera nos brindará las herramientas para entender conceptos presentes en la discusión ética además de comprender el porqué de la elección y participación de dichos términos en la disyuntiva. Y la segunda sección tratará en cinco apartados, de problematizar y discutir las disyuntivas éticas en sí, teniendo como concepto transversal el enfoque de género.



PARTE I

1. Marco Teórico

Antes de explicar y discutir acerca de los asuntos éticos que presenta esta investigación, será necesario hablar acerca de algunos conceptos que son clave para poder entender la discusión ética mencionada. Partiremos por entender el concepto y la labor del marketing o management musical y señalaremos los aspectos éticos de este, relacionados a la construcción de imagen pública. Posteriormente se hablará sobre el concepto de enfoque de género, explicando cómo es que este aporta a la ética y específicamente a la discusión ética de este texto.

1.1. Management Musical

Esta investigación tiene como objetivo principal dialogar y reflexionar acerca de las consideraciones éticas desde un enfoque de género, que debe tener un equipo profesional de management musical, cuando este tiene la responsabilidad de construir la imagen pública de una mujer cantante. Es por esto que antes debemos comprender la labor de este equipo profesional además de señalar los aspectos éticos que este pueda tener.

El marketing musical es una pieza vital para lograr objetivos concretos que orienten el éxito de un artista en un tiempo determinado, siendo uno de los principales objetivos lograr la visibilidad que requiere el artista promocionando sus producciones en diferentes medios de difusión. Para lograr lo mencionado, el marketing musical utiliza diversas herramientas, y un hito vital del proceso, es crear la imagen pública del artista. Cómo se expresa en público, qué ropa utiliza, cómo se maquilla, cómo se peina, qué colores rondan su estilo, con quiénes se relaciona en público y un largo etc.

Es relevante explicar el porqué del uso del término “imagen pública” ya que como explica Maria Elena Rivadeneira (2016) en su investigación "Análisis de la Construcción de la Imagen Pública que Jimmy Morales ha realizado como Artista, Político y Presidente”, es necesario hacer una distinción entre los términos “imagen” e “imagen pública”. “Imagen” podría significar la figura o representación visual de algo o de alguien, que busca

representar la realidad o tener una función simbólica. En cambio, la imagen pública “es la representación o figura de una persona o una entidad que realiza una sociedad. Esto quiere decir que la imagen pública se compone del conjunto de rasgos reconocidos por la comunidad.” (Rivadeneira, 2016, p.54) Es precisamente por esto que utilizamos este último concepto, pues este tipo de imagen es el correspondiente a las personas mediáticas como los artistas.

Teniendo en cuenta esto, ya se va perfilando dónde podrían estar los aspectos éticos en el management musical, considerando su labor en la construcción de imagen pública de un ser humano, en esta caso una mujer. Sin duda esa labor lleva consigo una gran responsabilidad ética. Esto se discutirá más ampliamente en la segunda parte de este texto.

Continuando con la explicación de la labor del management musical en cuanto a construcción de la imagen pública de un artista, Víctor Gordo (2007) en su libro *El poder de la imagen pública*, explica que para realizar dicha labor, no es suficiente tener intuición o buen gusto, dicho proceso en realizar es un proceso complejo, racional y científico. Por lo tanto debe realizarse por especialistas que cumplan ciertos requisitos. Gordo menciona que existen algunos elementos necesarios para la construcción de una imagen pública, dichos elementos son: conocimientos, creatividad, sensibilidad y el respeto por la esencia del cliente.

El entendimiento de estos elementos será clave cuando se desarrolle la discusión ética de este texto. Gordo (2007) explica que el primero consiste en un cúmulo de disciplinas o técnicas que deben ser puestas en práctica, como podrían ser, la comunicación, normas de estética y vestuario, psicología del color, diseño, fotografía, entre otros. Estos son vitales para escoger con precisión los estímulos que serán necesarios para modificar la percepción que una comunidad tendrá del artista o personaje. El segundo es un elemento que como explica Víctor, no se aprende en ningún lado, simplemente se trae o no. Este es la creatividad, que al ser un concepto tan complejo existen diversas definiciones y cada creativo podría dar la suya. Pero para fines prácticos en la investigación podríamos decir que la creatividad para la imagen es la capacidad de engendrar ideas únicas y útiles en la construcción de la percepción de la imagen de un artista o para resolver sus problemáticas. En otras palabras, tener la habilidad de encontrar nuevas formas de impactar los sentidos de

la audiencia. El tercer elemento que es aún más complejo, es la sensibilidad. Es imposible imaginarnos a una persona insensible intentado definir la esencia de una persona tan compleja como lo es un artista, o intentando evocar algún sentimiento o sensación para plasmarlo en la construcción de la imagen. “La gente dedicada a la creación de imagen pública debe poseer la capacidad de sentir física y moralmente por la simple razón de que su especialidad se basa en sentimientos” (Gordoa, 2007, p.63) - esto último será muy importante de recordar para la discusión ética en general-.

El siguiente elemento que propone Gordoa (2007), es el respeto de la esencia del cliente. El autor explica este elemento haciendo una comparación con la mercadotecnia, explicando que esta trabaja con “productos muertos” a los cuales se les puede asignar, sin reparos, las características necesarias para lograr su éxito en el mercado. Mientras que los especialistas que trabajan en la construcción de una imagen, tratan con “productos vivos”, es decir, seres que piensan, sienten, personalidades particulares y sobre todo tienen derechos, que deben ser respetados a toda costa. Esto último nos invitará a la reflexión en la discusión ética que se desarrollará en la 2da parte de esta investigación.

Una vez entendida la labor del equipo de management musical en la construcción de la imagen pública de un artista. Percibimos que aspectos humanos como la reputación, dignidad, derechos y responsabilidades sociales, están presentes en dicha labor. Y a su vez estos aspectos mencionados están directamente relacionados a la ética, he aquí la razón de la importancia de una discusión ética en este tema. Si bien hemos hablado de construcción de imagen pública de forma general, recordemos que este texto tiene como objetivo analizar y discutir éticamente la construcción de imagen pública realizada por un equipo de management a mujeres artistas. Esta última especificación es la que cambia las reglas del juego, y es por esto que conceptos como enfoque de género podrían ser muy pertinentes en un discusión ética como esta. Sobre eso se hablará a continuación.

1.2 Enfoque de género y ética

Este concepto es un punto central para la discusión de esta investigación y comenzaremos por su definición. El enfoque de género podría ser un lente, el cual al ser puesto, nos ayude a ver todos los aspectos del funcionamiento de nuestra sociedad desde

una perspectiva distinta. El enfoque de género “es una forma de mirar la realidad identificando los roles y las tareas que realizan las mujeres y los hombres en una sociedad, así como las asimetrías, relaciones de poder e inequidades que se producen entre ellas y ellos” (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables del Perú, 2017, p.6). El enfoque de género muestra las diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a oportunidades, considera las interrelaciones que existen entre ellos y como hito más importante, este enfoque expone los distintos roles que se les ha asignado socialmente - siendo esto último quizá lo más relevante por comprender para nuestra investigación -.Es importante comprender que todas estas cuestiones repercuten en muchos y diferentes aspectos de las manifestaciones humanas; como lo podrían ser las políticas que a su vez influyen en los planes y decisiones de diversas organizaciones tanto nacionales como internacionales.

Por ende, esto repercute directamente en el desarrollo de la sociedad, he aquí una de las principales relevancias de hacer uso del enfoque de género como un concepto transversal a toda manifestación humana . Además este enfoque nos permite analizar la desigualdad y las relaciones de poder entre hombres y mujeres. (MIMP, 2017.) Es decir, este lente nos ayuda a ver cómo el ser hombre o mujer cambia completamente las reglas del juego para vivir en el mundo que conocemos.

Al hablar de enfoque género hacemos referencia a un concepto o instrumento que busca mostrar que las diferencias entre hombres y mujeres no sólo son biológicas. Es decir por su sexo, sino que también están las diferencias socioculturales, en otras palabras, diferencias asignadas por la sociedad a lo largo de la historia.

Entonces está claro que tenemos diferencias biológicas y diferencias socioculturales. El asunto está cuando esta última “diferencia” se torna en “desigualdad”. Marta Lamas (2002) en su libro *Cuerpo: diferencia sexual y género*, expone una situación que podría ayudar a entender este enfoque. Estas diferencias socioculturales entre hombres y mujeres, constan de ciertas características que se les asignan a ambos; por ejemplo. Lamas expone que se suele asimilar a las mujeres a lo natural (supuestamente por su función reproductora) y a los hombres a lo cultural, siendo ambas asignaciones socioculturales.

Esto implicaría entre otras cosas, que si una mujer quiere salir de la esfera de lo natural, osea, cuando no quiere ser madre ni ocuparse de la casa, se le tacha de

antinatural. En cambio, para los hombres “lo natural” es rebasar el estado natural: volar, crear, sumergirse en océanos, etc. (Lamas, 2002, p.25)

Teniendo en cuenta lo anterior, es quizá obvio entender la respuesta al porqué de la importancia de este enfoque, es decir, para qué o porqué sería útil ponernos estos lentes. Sucede que como bien lo advierte Lamas (2002) este enfoque además de brindarnos los mecanismos para poder identificar, analizar y cuestionar la desigualdad y discriminación de las mujeres, que muchas veces se pretende justificar poniendo como excusa las diferencias biológicas; también nos enseña las acciones debemos tomar para actuar sobre los roles de género, para que de este modo se den las condiciones de cambio y se nos permita construir una realidad con igualdad de género.

Ahora sería muy importante cuestionarnos, cómo es que el enfoque de género aporta a la ética. Pues personajes como Kant hace poco más de 200 años, hablaba de equidad e igualdad entre los seres humanos. Entonces ¿Porqué es relevante hoy escuchar al enfoque de género o feminismo? Es decir, ¿qué podría aportar de nuevo este enfoque a la discusión ética?

En la ética y personajes como Kant, ya se ha hablado y establecido que debe existir una igualdad de libertad, justicia y derechos para todos los seres humanos por igual. De hecho, la declaración universal de los derechos humanos, en el artículo 18 de 1948, inspirada en el pensamiento de Kant, que por cierto antes eran llamados los derechos del hombre, expresa lo siguiente: “la libertad, la justicia y la paz en el mundo tienen por base el reconocimiento de la dignidad intrínseca y de los derechos iguales e inalienables de todos los miembros de la familia humana” (Naciones Unidas, 1948, párr. 2). Pero es aquí que el enfoque de género nos ayuda a ver aspectos cuestionables de este pensamiento moderno, que serían a su vez los aportes/críticas que presenta el enfoque de género a la discusión ética.

En primer lugar, hablar de forma genérica, “todos los seres humanos” o “todos los miembros de la familia humana”, invisibiliza la vulnerabilidad del sector desfavorecido, en este caso, las mujeres. Como segundo criterio es completamente válido situarnos en el contexto en el que se escribieron esos textos, pues en realidad el discurso de igualdad desde la modernidad y Kant han sido producidos por hombres, desde una perspectiva masculina y

eurocéntrica, y esto es innegable. Esto no sólo invisibiliza la vulnerabilidad, sino que ni la toma en cuenta. En los orígenes del binarismo moderno occidental como el Tratado sobre las justas causas de la guerra contra los indios, se decía por ejemplo que: “(...) es justo, conveniente y conforme a la ley natural que varones inteligentes, virtuosos y humanos dominen sobre todos los que no tiene estas cualidades” (Ginés de Sepúlveda, 1547, s/p). Al leer esto nos cuestionamos, ¿Solo varones? ¿A quiénes son los que deben dominar?

¿Quiénes son los otros?. Esto pone en evidencia que el binarismo que vivía Kant no consideraba las inequidades de género. Pues como explica Martha Lamas (2002) en esta época lo masculino estaba relacionado a la mente y a lo público, es decir a lo racional, al trabajo, política o toma de decisiones. Mientras que lo femenino estaba relacionado al cuerpo y lo privado, es decir, a los procesos biológicos, embarazo, crianza de los hijos, fragilidad, cuidado a lo emocional y sentimental. Y aunque se haya redactado lo anterior en tiempo pasado, Lamas comunica que lamentablemente podríamos redactarlo aún en tiempo presente. Esto nos lo expone el enfoque de género y he ahí su principal aporte a la discusión ética.

PARTE II

Teniendo en cuenta todo lo expuesto anteriormente y haber entendido el contexto teórico de esta discusión, pasaremos a la sección más importante de este texto. Se generará un diálogo entre diversos autores, que nos invitarán a la reflexión y abrirá el espectro sobre este dilema ético.

2.1. Vestuario artístico y ética

Se comenzará discutiendo sobre el principio de autonomía, viendo como este podría tener implicación o se podría apelar a él en diversas situaciones que plantea la disyuntiva sobre la que vamos a discutir y reflexionar .

Como se ha apreciado en la sección anterior, es conveniente para que la carrera artística de, en este caso una mujer cantante logre el alcance deseado, consultar con un equipo de management el área de construcción de imagen pública. Entonces este equipo profesional como explicaba Rivadeneira (2016) pone en práctica todos sus conocimientos,

sensibilidad, creatividad y responsabilidad para lograr este cometido. Es así que entendemos que el equipo de management va a proponerle a la cantante un modelo de imagen pública, direccionado a dos aspectos; a su aspecto físico y a su mundo interior. Es decir, para el aspecto físico, podríamos referirnos a color de cabello, tipo de vestuario, paleta de colores, etc; y para su interior todo lo que ella proyecte, pensamiento, opinión, creencias, forma de actuar etc. Es así que nos cuestionamos lo siguiente ¿Entonces, este equipo va a decidir cómo es que un gran grupo de personas va a percibir a una mujer? ¿y de ser así, ella debe seguir si o si estas sugerencias para lograr el alcance deseado con su música? ¿Podrían existir relaciones de poder en este proceso?

Es así que ingresa a esta discusión Augusto Hortal (2002), él indica que el hombre tiene la capacidad de modificar o moldear su "naturaleza", es decir la capacidad de decidir el camino que vamos a tomar en nuestra vida, tanto en acciones, creencias u opinión. Por lo tanto no es humano, que un ser humano le imponga a otro lo que debe hacer, pensar o creer. Esto nos hace pensar que el manager encargado de imagen pública no debería imponer sus ideas sobre lo que él considera lo mejor para la imagen pública en dicha cantante. Si este profesional apelara al principio de autonomía sabría que si bien su trabajo trata precisamente la construcción de dicha imagen y sin duda su labor es de gran valor; al tratar con un aspecto tan personal, sus ideas deberían ser consideradas como sugerencias y no debería esperar que la cantante acepte estas de forma sumisa.

Pero entonces, qué sucedería si la mujer cantante no está de acuerdo con ninguna de las propuestas de su equipo de management para la construcción de su imagen pública. De ser así la razón de ser laboral del manager de imagen no tendría sentido y su trabajo habría sido en vano quizá. Quizá aquí la cantante podría cuestionarse si es que ella y sus convicciones son compatibles con la idea de tener a una manager de imagen, o quizá deba tener en cuenta otros aspectos para elegir a este equipo de trabajo (si es que tiene esa posibilidad), o quizá tomar una posición al respecto; e incluso podría cuestionar si ella y sus convicciones son compatibles con industria a la que desea ingresar.

Todo este proceso explicado y su relación con el principio de autonomía, podría aplicarse de forma genérica, tanto para cantantes mujeres como para hombres. Entonces nos cuestionamos ¿Cómo cambia las reglas del juego el ser una mujer cantante en la situación

expuesta?. El enfoque de género nos explica entonces lo siguiente. Es mucho más probable que si un equipo de management está trabajando la construcción de la imagen pública de una mujer cantante, pues esta reciba propuestas muy orientadas a su aspecto físico en comparación a las que recibiría un cantante hombre. Si a la mujer que no es artista ya se le juzga con mucha frecuencia su aspecto físico, pues en una mujer artista que es mediática, esto aumenta considerablemente. Y esto se remonta a como explica Lamas (2002) a cómo los roles de género implantados en nuestra sociedad, han relacionado siempre a las mujeres al cuerpo, mientras que los hombres a la mente. “Casi todas, si no es que todas, las interpretaciones sobre el origen de la opresión de la mujer lo ubicaban en la expresión máxima de la diferencia biológica: la maternidad” (Marta Lamas, 2002, p.27) Es de allí que parte la especial atención a los cuerpos de las mujeres, es decir a su aspecto físico, pues estas se encuentran relegadas de la razón e intelecto, que le pertenece a la masculinidad. Es así que las mujeres artistas cargan con una lista de aspectos físicos que debe atender, como lo podrían ser, su peso, su altura y un compromiso por verse “bellas” y ornamentadas, entrando aquí el maquillaje y vestuario. Esto está tan “naturalizado” por nuestra sociedad que las mujeres que se salen de este esquema, son juzgadas como menos femeninas, y en el caso de las mujeres cantantes, podrían ser juzgadas por falta de profesionalismo. ¿Qué sucedería si mañana Beyoncé, se sube a un escenario sin una gota de maquillaje? Sin duda sería un suceso que daría de qué hablar. Y si nos podemos a pensar, la gran mayoría de hombres cantantes se suben al escenario sin maquillaje evidente alguno y no genera ningún tema del qué hablar.

Teniendo en cuenta esto, podemos notar que las mujeres cantantes se ven expuestas a este tipo de situaciones solo por su rol de feminidad en nuestra sociedad. ¿Qué tendrá que ver el peso o cantidad de maquillaje de una artista con la calidad de su profesionalismo? ¿Acaso nos dice Hortal que los profesionales se deben a sus valores intrínsecos principalmente, es decir ejecutar con calidad sus labores? Es decir, lo que debería primar en una cantante mujer es la calidad de su performance, es decir su ejecución artística.

“La dicotomía masculino-femenino, con sus variantes culturales, establece estereotipos, las más de las veces rígidos, que condicionan los papeles y limitan las potencialidades humanas de las personas al estimular o reprimir los comportamientos en

función de su adecuación del género” (Lamas, 2002, p.36) Entonces podemos comprender la gravedad de la realidad que presenciamos. Es aquí pertinente entonces que se hable del principio de justicia que nos expone Hortal (2002), en el que señala que todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y en derechos; y por ende tampoco se le debe exigir más que los otros. Cómo se ha expuesto anteriormente, las mujeres cantantes parecen entonces no ser dignas de este principio.

Un equipo de management que tiene la consideración ética del principio de justicia, no solo debe velar como profesional por que se cumpla esta concepción de igualdad de derechos y deberes, sino que al ser profesional como lo explica Hortal (2002) en el Capítulo tercero de su texto *Ética de las profesiones*, los profesionales deben un compromiso colectivo, es decir con la sociedad. Pero quizá no sea suficiente solo tener en cuenta este principio de forma genérica, sino que estos profesionales compartan el bilingüismo de la ética profesional y el enfoque de género.

2.2 Sexualización y ética profesional.

Debemos considerar que en este vínculo “equipo de management - cantante” hay dinero de por medio, y es directamente proporcional. Es decir mientras más éxito económico tenga dicha mujer cantante, inevitablemente más éxito económico tendrá su equipo de management. Ahora hablando especialmente de construcción de imagen, uno podría imaginar entonces, que hay posibilidades de que este equipo profesional vaya a intentar construir la imagen pública que considere va a general el máximo alcance posible y por lo tanto esto signifique mayores ingresos económicos para él. En este punto nos invaden varias ideas cuestionables y algunas preguntas. Una de ella sería ¿Cuál es la imagen pública en mujeres cantantes que genera mayor alcance en la industria musical actual? ¿Existe alguna consideración especial por tratarse de una artista mujer? ¿Es profesionalmente ético que el equipo de management escoja la imagen pública de la cantante en cuestión, teniendo el interés económico como principal motivación?

En cuanto a la primera pregunta, se puede considerar lo escrito por Dulce Martinez (2014) doctora en sociología, en su texto “Música, imagen y sexualidad: el reggaetón y las asimetrías de género”. Ella explica que hoy en día nuestra sociedad se

encuentra saturada de contenidos sexuales, en todas fuentes de difusión como lo son radio, cine, televisión, periodismo, todo internet e industria musical en general; y que son estos los patrones fenoménicos de mayor impacto.

Ella aclara que el inconveniente de la saturación del contenido sexual no es la fascinación o la seducción que este comunica. El problema aparece cuando sospechamos a servicio de qué o quién está, es decir este problema evidenciaría las asimetrías de género. “Se difunde una imagen de la mujer como un objeto sexual a veces sumiso y dominado” (Martinez, 2014, p.65). Vale aclarar que si bien su texto da ejemplos concretos en el reggaeton, ella señala que esta realidad se aplica a no solo este género musical.

Teniendo clara esta realidad, podemos responder a una las preguntas que nos planteamos en esta sección de la discusión. Sí, al parecer la imagen pública en cuanto a aspectos físicos que mayor impacto mediático logra, es la que sexualiza el cuerpo de la mujer. Entonces si esta es la imagen que genera mayor mediatización, pues esta sería la que un manager de imagen podría proponer para general la máxima cantidad de ingresos económicos. Es aquí que Augusto Hortal ingresa urgentemente en esta delicada discusión, y apelando al principio de autonomía, se explica que este existe para el bien de los seres humanos, para que sean considerados como fines en sí mismos, y no como meros medios. Si un management de imagen tiene como principal motivación generar ingresos económicos para sí mismo, estaría violentando el principio de autonomía de la mujer cantante para la cual construye una imagen pública, inclusive a costa de tratarla como un medio, susceptible a ser un simple pedazo de carne, violentando su dignidad humana. Y adicionalmente como explica Hortal (2002) en su texto *Ética General de las Profesiones*, este se estaría faltando a sí mismo, ya que un profesional no debe poner el dinero por encima de sus valores intrínsecos.

El enfoque de género nos ayuda a ver que esta situación en la que las mujeres cantantes muchas veces son sexualizadas, es una situación que evidencia una inequidad de géneros. Ya que a los cantantes varones no les sucede esto, o si se da en casos excepcionales, pues no se da con la misma frecuencia. Y así lo corrobora Dulce Martinez “la diferencia de género enunciada de manera explícita e implícita, tanto en la lírica de las canciones como en las imágenes de los discos y los videos musicales, reafirma, sin duda, una asimetría entre los géneros y los roles sexuales” . (Martinez 2014 p.66).

2.3. El control de la imagen corporal del equipo de management y su impacto en la salud de las mujeres cantantes.

Otra situación o relación que invita a la reflexión es el vínculo entre el público y la artista, que en otras palabras, ya que ellos realmente no conocen al ser humano que es esta artista; estaríamos hablando de una relación “público - imagen de la artista.” El público se relaciona con lo que ellos creen que es dicha artista. Es decir, este se relaciona con la construcción de imagen que realizó el equipo de management para la artista que dicho público admira.

Apelando una vez más al principio de autonomía, se reconoce que el público/audiencia posee por supuesto también este principio, por lo tanto se plantea lo siguiente, en diálogo con lo que expone también Nussbaum (2010)

El público no encarga el papel de un receptor pasivo, si no es más bien un sujeto activo, con libertad y voz propia, que construye en tiempo real una relación con el artista, surgiendo así un campo que da posibilidad a la afección recíproca.

Por lo tanto el artista debe considerar la comunidad dentro de la cual está surgiendo el hecho artístico, su propia autonomía y la de los otros sujetos con los que se está relacionando; para hacer bien su labor profesional, hacerse bien así mismo y contribuir en la construcción de un bien común.

Entonces como podemos ver, tenemos entre la artista y el público una relación que tiene una afectación recíproca, y esto corrobora la responsabilidad ética que posee el equipo de management al construir la imagen pública de una mujer cantante, pues dicha imagen podría influenciar a muchísimas personas.

Y por otro lado, es claro que la artista nota la forma en la que su público la percibe y por lo tanto esto podría afectar positiva o negativamente en este caso, a su salud mental. Situándonos por ejemplo en un supuesto caso, en el que la construcción de imagen pública realizada por el equipo de management a una mujer cantante, ha sido tratada sin un enfoque de género, y ha reforzado la relación de dicha imagen con su cuerpo, haciendo de este un objeto sexual y sumiso; nos cuestionamos lo siguiente. ¿Entonces las mujeres cantantes deben vivir sabiendo que sus cuerpos son continuamente criticados, cosificados y sexualizados? ¿Cómo podría afectar esto a su salud mental?

Comenzaremos dialogando y confrontando una cita que hace Hortal (2002), cuando habla de lo que es ser un profesional, él expone el pensamiento de Parsons (1976). Quien dice que un profesional debe ser una persona consagrada a su profesión y todo aquel que la necesita, esto inclusive sacrificando su economía, descanso, familia y hasta su salud. Como se ha expuesto anteriormente en esta disyuntiva ética, el enfoque de género nos ayuda a visibilizar diversas asimetrías de género que podrían darse dentro de la práctica profesional de un manager de imagen al trabajar con una mujer cantante. Y una de estas asimetrías es la de cómo podría verse afectada la salud mental de una mujer cantante, al percibir que su imagen pública en cuanto a su cuerpo por ejemplo, es constantemente criticado, cosificado y hasta hipersexualizado. Entendiendo claro que esto sucede por su condición de ser mujer.

Estas percepciones podrían afectar seriamente el autoestima de una mujer cantante ya que, como explica Martha Lamas (2002) en su texto “Cuerpo diferencia sexual y Género”, los estereotipos de género perpetúan una relación directamente proporcional de valor humano con belleza física, para las mujeres. Y por lo tanto al sentir que sus cuerpos son constantemente sexualizados y cosificados, pues esto podría ser un mensaje de devaluación para ella. E inclusive en otro caso, si esta mujer cantante percibe que su cuerpo es juzgado por ejemplo por su peso, esto podría desencadenar en enfermedades mentales como lo son los trastornos alimenticios, afectado así tanto su salud física como mental. Ejemplos de estas terribles situaciones tenemos varios en la historia de la industria musical.

Pero entonces para Parsons ¿si esto llegase a suceder en el caso de las mujeres cantantes, se debe considerar como “parte de” su labor profesional? Sin duda este concepto de profesión podría ser altamente cuestionado por la ética, ya que este transgrede principios como la justicia, autonomía y hasta los derechos humanos.

Un autor que ha tratado este tema pero desde las artes dramáticas, es Mark Seton, en su texto ‘Post-Dramatic’ Stress: Negotiating Vulnerability for Performance. El expone sobre el efecto post dramático, que es un efecto post traumático que puede sufrir un actor después de o en el proceso de personificación en una obra, afectando gravemente tu salud mental, ya que en este proceso pueden estar expuestos a constante estrés, traumas y un estado de vulnerabilidad perpetua.

Podemos entonces relacionar lo explicado por Seton a la situación expuesta en las mujeres cantantes en los párrafos anteriores, pues al igual que los actores, estas situaciones en la que sus cuerpos son potencialmente expuestos, las mujeres cantantes se ven constantemente expuestas a estrés, traumas y un estado de vulnerabilidad perpetua.

. Seton nos propone que tengamos una mayor conciencia de este problema pues es muy importante para mantener una ética profesional justa autónoma y humana, el visibilizar esta situaciones para evitar que los artistas estén expuestos a estos perjuicios a su salud física y mental. Y en el caso de esta discusión, es vital una vez más que el equipo de management musical tenga puesto los enfoque de género al reflexionar sobre lo expuesto por Seton por ejemplo, ya que al tratar constantemente con la imagen pública de una mujer cantantes, se deben tener en consideración estos situaciones que ponen en riesgo su salud y hasta su vida. Pues como menciona también Bertineto (2015), Seton (2018) y Hortal (2002), el profesional no debe olvidarse de su responsabilidad moral tanto con su integridad, como con la integridad de quienes se relacionan a su labor profesional y sociedad en general.

24 “Calladita te ves más bonita”: El control del uso público de la razón en las mujeres cantantes.

Elsa Muñiz (2014), especialista en temas de género, nos explica que desde inicios de la modernidad, “las mujeres fueron colocadas en el polo de lo corporal, son bellas por “naturaleza”, “la “naturaleza” engalana a las jóvenes con una belleza, una gracia, una perfección extraordinarias” (p.426). Y cómo además explica Lamas (2002) y confirmando a Muñiz, las mujeres han sido relegadas siempre al cuerpo y al ámbito privado, y por lo tanto no serían compatibles con la opinión pública o el intelecto. Y es precisamente sobre este aspecto que hablaremos a continuación. Entonces nos preguntamos cómo es manejado el intelecto, creencias opiniones o comportamientos en la industria musical con las mujeres cantantes. Pues el management musical también propone modelos de comportamiento, de cómo es que ella se debe manifestar en público o cómo debe mostrarse en sus redes sociales. Siempre la mujer al ser relacionada a la belleza, fragilidad, sensibilidad y bondad, se les suele sugerir que estas no muestren una opinión concreta o directa por ejemplo en lo político, se sugiere que o permanezcan en silencio, o que ponen posiciones medias en las que

“queden bien con todo mundo” pues al parecer con ser bonitas basta y sobra. ya que “en el ideal de belleza occidental para las mujeres es suficiente ser “bonitas” lo cual les autoriza para ser tontas, insustanciales y frívolas. Al mismo tiempo, la belleza femenina en occidente es la representación de virtudes morales o espirituales, en este sentido, la belleza asociada a la bondad es una condición de la feminidad y por tanto se convierte en una obligación para las mujeres.” (Muñiz, 2014 p.426)

El filósofo francés Foucault, en 1991 en la *Historia de la Sexualidad. La voluntad de saber*, explica que la política institucional tiene lugar en el mundo público, que es y ha sido masculino por excelencia. En cambio las mujeres han desarrollado su identidad en la denominada esfera doméstica, en la cual se sienten seguras al manejar conocimientos sobre esta y por lo tanto sentirán poder en dicha esfera. Y a esto Anna Fernández (2011) en su artículo “Interés por la política y comportamiento electoral privado de las mujeres en el México de estos días, expone que para las mujeres “ingresar al mundo público significa no solo afrontar un ámbito desconocido, hostil y con pensamiento y comportamiento androcéntrico, sino que debe lidiar con el señalamiento social por no cumplir con su “debe ser” ”. (Fernández, 2011, p.54)

Las mujeres cantantes además de ser artistas, son antes que todo cuidadas, y por lo tanto sugerirle que omitan su opinión, es despojarse de sus derechos como ciudadana, falta a su vez al principio de autonomía y de justicia (Hortal 2002).

Y adicionalmente al ser las mujeres cantantes relacionadas a esta belleza ornamental se las relacione directamente con la bondad y una personalidad amable, delicada y risueña. Cuando quizá la personalidad de ella no sea compatible con estas características, pero se les sugiere esto solo por su condición de ser mujeres.

Por ejemplo en otro sentido, también se les sugiere que no hablen su pareja o hasta inclusive que si la tuviesen, pues la nieguen. Pues se considera que es más rentable, y mejor para la construcción de imagen de esta cantante, que no tenga pareja porque así podría ser más deseada por su público varón. Como si se tratase de una “pieza” única que todos quisieran tener. Esto sucede porque justamente la mujer ha sido relacionada también a la pureza, como una característica que les agrega valor.

Mientras, el enfoque de género nos ayuda a ver este problema, porque en realidad sucede lo contrario con los artistas, cantantes o músicos varones ellos pueden “lucirse” con sus parejas sin problema. Mientras se le relacione a varias parejas, esto no es un problema. Más bien que varias mujeres lo desean y él aparezca en un videoclip con 5 mujeres que al parecer están a su disposición, esto podría hacer más interesante su construcción de imagen pública para la sociedad. (Martínez, 2014)

25 El marketing musical como posible agente de eternización de las asimetrías de género.

Teniendo en cuenta el nivel de alcance que tienen los artistas en una gran cantidad de personas, nos cuestionamos el nivel de responsabilidad ética que tienen los agentes involucrados, “La música popular es uno de estos nuevos lugares o espacios en los que los jóvenes buscan y encuentran sentido de pertenencia e identidad.”(Martínez, 2014, p.65)

Y como explica Hortal (2002), la autonomía es un hiperbien cultural, ya que no es solo un bien que responde a un deseo personal, si no que lo que está implícito en ella, como la libertad, la justicia, consciencia, y eso hace que tanto nuestra personal como nuestra vida en comunidad, sea realmente digna, humana y merezca ser vivida. Tanto manager como cantante deben adicionalmente en este sentido ejercer su autonomía y todo lo que esto conlleva, ya que de esta manera construyen directamente a la comunidad artística humana y digna de ser vivida. Y esto a su vez nos lleva a tener en cuenta lo expuesto en el Capítulo 7 del mismo texto de Hortal. Si bien es cierto que la autonomía nos permite tener el control de creer, hacer o pensar lo que deseamos, esto no significa que todas nuestras convicciones o acciones estén en lo correcto. Por lo tanto, apelar al principio de autonomía, implica también la responsabilidad de reflexionar sobre todas nuestras certezas y acciones, para hacer el bien como individuos en sociedad. Y en el caso de los equipos de management musical, esto cobra quizá mayor relevancia, ya que su desenvolvimiento profesional al crear una imagen pública de una cantante, podría impactar en miles o hasta millones de personas. Y aterrizando ahora lo explicado a nuestra disyuntiva con enfoque de género, nos cuestionamos lo siguiente, ¿Qué sucedería en este caso, si el equipo de management no asume la responsabilidad ética de reflexionar sobre sus certezas o acciones? ¿Y por qué esa reflexión necesita del enfoque de género?

Teniendo en cuenta lo expuesto en el subcapítulo anterior a esta sección, es importante mencionar que la asimetría de género de la que habla Martínez en la industria musical, evidencia también una dominación masculina en esta, pues “mientras se difunde una imagen de la mujer como objeto sexual y sumiso; el hombre es mostrado como dominante y agresivo.” (Martines, 2014, p.64). Cabe señalar que la dominación masculina en la industria musical es un tema bastante amplio, que abarca muchos más temas adicionales a la construcción de imagen de un artista. Por lo tanto se resalta que cuando nos refiramos a dominación masculina nos referimos a una característica de personalidad que responde estereotipo de género en los hombres.

Bourdieu (2003) señala que la dominación masculina implica una historicidad, es decir, que no es un problema reciente. Son en realidad las formas de transmisión de dicha dominación las que han cambiado. Martínez (2002) nos recuerda que lo que a lo largo de la historia aparece como eterno, en realidad es el resultado de un trabajo de eternización realizado por diversas instituciones tales como la escuela, la iglesia, la familia, el estado, así como también otras áreas como el deporte, el arte y periodismo. “De ahí que la perdurable imagen de la mujer como dominada, sumisa y objeto sexual se dé, precisamente, por una colaboración entre los distintos ámbitos y sectores sociales, mediante la cual la industria de la música ahora también está incluida” (p.65).

Al entender que la industria musical podría ser colaboradora de la eternización de estos estereotipos de género que abren espacio a la violencia simbólica, podremos responder al cuestionamiento de esta sección.

Muy probablemente un manager de imagen al igual que cualquier otro ciudadano, no ha sido provisto en su educación primaria de los lentes del enfoque de género, y si da la casualidad de que dicho manager es varón, apelando a la eternización de los estereotipos de género explicados por Martínez (2002), es altamente probable que dentro de su conducta natural encontremos patrones que refuercen dichos estereotipos. Pues en realidad estos están profundamente internalizados en nuestra sociedad; un ejemplo que ayuda a ver esto último, es el que expone Campero en su texto “Los cuerpos de la violencia”; exponiendo

como asignaciones a roles de género implementadas culturalmente por la sociedad, se ven reflejados y retroalimentados por las instituciones jurídicas, por ejemplo.

“en la ceremonia civil de matrimonio entre personas de diferente sexo y género, por ejemplo, es interesante detenerse en lo que ella juez la dice cuando pronuncia su declaración para obtener la aceptación de los contrayentes: "tomas por esposa y mujer a..." (al hombre) y "aceptas por, esposo y marido a..." (a la mujer). Aquí, además de las cualidades activas (tomar) atribuidas al hombre y de pasivas (aceptar) atribuidas a la mujer, se evidencia que la mujer es explicitada dentro del contrato como "mujer", es decir como sexo y por tanto como cuerpo. Cuerpo que a su vez es tomado en propiedad por el hombre. El hombre, por su parte, nunca es "tomado", y si bien es "aceptado", el enunciado del contrato se encarga de dejar claro que no lo es en su calidad de cuerpo sexuado (como hombre) sino de marido. Nuevamente, la construcción de la mujer definida como sexo, como cuerpo, establece un orden simbólico que permite y naturaliza la violencia, en este caso en los registros inter-género. (Campero, 2011 p.6)

Por lo tanto, si este manager imagen no asume la responsabilidad ética de reflexionar acerca de sus certezas y acciones, podría ser precisamente él, el agente que perpetúe dichos estereotipos que someten a las mujeres artistas en la industria musical y en nuestra sociedad. Justamente he aquí la relevancia del enfoque de género como aporte a esta reflexión ética, que propone el principio de autonomía de Augusto Hortal.

CONCLUSIONES

- Se reconoce el impacto que tienen las mujeres cantantes en su audiencia, por lo tanto sería importante repensar lo que la mujer cantante representa para la sociedad. ¿Se quiere acaso que a través de esta imagen se siga hipersexualizando a la mujer, se considere legítimo la modificación corporal más allá de su salud mental, se le continúe privando de tener opinión política y no pueda posicionarse como ciudadana?, claramente no. Estamos en la búsqueda de una sociedad más equitativa y justa, por lo tanto es vital cuidar lo que ella podría representar para miles de personas. De esta manera cuidaremos a nuestra comunidad y las artistas en sí mismas, ya que es vital que ellas antes de ser consideradas parte del entretenimiento social, sean vistas antes que nada como seres humanos libres en dignidad, pensamiento y acción.
- El aporte del enfoque de género a la ética moderna radica en que esta anteriormente al hablar en su mayoría de forma genérica “todos los seres humanos” invisibiliza las asimetrías de género y las formas de opresión femenina. Además de considerar que los anteriores conceptos de igualdad han sido producidos por hombres, desde una perspectiva masculina y eurocéntrica.
- El equipo de manager debe tener en consideración el principio de autonomía en el sentido de que el hombre, tiene la capacidad de modificar o moldear su "naturaleza", es decir, posee la capacidad de decidir el camino que vamos a tomar en nuestra vida, tanto en acciones, creencias u opinión. Por lo tanto no es humano, que el equipo de management le imponga lo que debe hacer, pensar o creer a la mujer cantante en el proceso de construcción de su imagen pública. Estas solo deben ser sugerencias.
- Las mujeres al estar histórica, social y culturalmente al cuerpo y al ámbito privado, reciben una carga mayor de atención en su aspecto físico. La construcción de imagen pública de una cantante mujer debe atender tanto aspectos físicos como de la razón. El enfoque de género nos invita a ver que las mujeres cantantes solo por su condición de ser mujeres, reciben mayor atención y sugerencias a estos aspectos físicos en comparación a cantantes hombres. Por lo tanto, el equipo de management

tiene la responsabilidad ética de tener en consideración el enfoque de género para no irrumpir en la vulneración de principios éticos como la justicia y autonomía.

- Nuestra sociedad se encuentra saturada de contenido hipersexualizado presente en todos los medios de difusión, como lo es también la industria musical. Y estos son los de mayor impacto en la audiencia, por lo tanto la imagen pública en cuanto a aspectos físicos que mayor impacto mediático logra, es la que sexualiza el cuerpo de la mujer. El enfoque de género ayuda a entender que esto es una forma de opresión y que demuestra las asimetrías de género existentes. el principio de autonomía, explica que este existe para el bien de los seres humanos, para que sean considerados como fines en sí mismos, y no como meros medios.
- La relación público - cantante se construye en tiempo real una relación que da posibilidad a la afección recíproca . Por lo tanto la forma en la que su público la percibe, podría afectar positiva o negativamente a su salud mental. Nos preguntamos si acaso las mujeres cantantes deben vivir sabiendo que sus cuerpos son continuamente criticados, cosificados y sexualizados. En estas situaciones las mujeres cantantes se ven constantemente expuestas a estrés, traumas y un estado de vulnerabilidad perpetua. Es vital que el equipo de management musical tenga puesto los lentes del enfoque de género pues al tratar constantemente con la imagen pública de una mujer cantantes, deben tener en consideración estas situaciones que ponen en riesgo su salud y hasta su vida, esto no pertenece a una práctica profesional humana y justa.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Bertinetto, A. (2015). Moral concerns about artistic activity. *Phantasia*, 2015(01), 17-36.

Bourdieu, Pierre (2003). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.

Campero, R. (2011). Los cuerpos de la violencia. Pánico en Crisis, *Contra psicología y Estudios Críticos*, III(3), 16-22.

Foucault, M. (1991). *Historia de la Sexualidad. La voluntad de saber (11a ed en español)*. Madrid: siglo xxi editores.

Gordoa, V. (2007). *El Poder de la imagen pública. Plan maestro para inspirar confianza y ganar credibilidad*. Ciudad de México: Debolsillo.

Ginés de Sepúlveda, J. (1547). *Tratado sobre las justas causas de la guerra contra los indios*. Pozoblanco

Hortal, Augusto. (2002). *Ética general de las profesiones*. Bilbao: Descléz.

Lamas, M. (2002). *Cuerpo: diferencia sexual y género*. México: Santillana

Martínez, D. A. (2014). Música, imagen y sexualidad: el reggaetón y las asimetrías de género. *El Cotidiano*, 29(186), 63-67.

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables del Perú. (2017). *Conceptos Fundamentales para la Transversalización del Enfoque de Género*. (2ª edición). Recuperado de <https://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dcteg/Folleto-Conceptos-Fundamentales.pdf>

Muñiz, E. (2014). Pensar el cuerpo de las mujeres: cuerpo, belleza y feminidad. Una necesaria mirada feminista. *Revista Sociedade e Estado*, 29(2), 415-432.

Naciones Unidas. (1948). La Declaración Universal de Derechos Humanos. (Resolución 217 A (III)) Recuperado de <https://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>

Nussbaum, M. (2010). *Not for Profit*. New Jersey: Princeton University Press.

Parsons, T. (1976). *El Sistema Social*. Madrid: Rústica Editorial.

Poncela, A. (2001). Interés por la política y comportamiento electoral privado de las mujeres en el México de nuestros días. *Boletín americanista*, (51), 43-62.

Rivadeneira, M. E. (2016). *Análisis de la construcción de la imagen pública que Jimmy Morales ha realizado como artista, político y presidente* (Tesis de licenciatura, Universidad Rafael Landívar, Guatemala). Recuperado de <https://alexcastilloblog.files.wordpress.com/2017/01/rivadeneira-maria.pdf>

Seton, M. (2008). *'Post-Dramatic' stress: Negotiating Vulnerability for Performance*. Proceedings of the 2006 Annual Conference of the Australasian Association.