

Canciones no sexistas y reacciones machistas: un análisis de la cobertura digital de la controversia sobre la lista de Emakunde

Héctor Fouce¹ y Leyre Marinas²

Recibido: Marzo 2021 / Revisado: Marzo: 2021 / Aceptado: Mayo 2021

Resumen. Introducción. La investigación que se presenta se centra en las controversias mediáticas en torno a las políticas de género en la industria musical. En este artículo nos centramos en el impacto que la propuesta de una lista de canciones no sexistas para las fiestas de verano en Euskadi (a cargo de Emakunde, la entidad de igualdad de género del gobierno vasco) tuvo entre los medios de comunicación y los medios digitales. **Objetivo.** Analizar cómo estas propuestas circulan en los medios para comprobar como una noticia es moldeada en la nueva esfera pública. Partimos del supuesto teórico de que la esfera pública está en transformación, al fragmentarse en diversas esferas periféricas en las que los actores precisan de dar forma a los asuntos de su interés para poder insertar los temas en la esfera central. En esta, el papel tradicional de los medios de comunicación como reguladores del discurso público se pone en discusión ante la competencia de otros medios digitales y la necesidad de competir con estos usando las estrategias propias de la red. **Metodología.** Partimos del análisis de controversias, analizando la reacción a la lista de Emakunde como un episodio puntual que se inserta en una controversia de largo alcance, a su vez conectada con las reacciones antifeministas que han caracterizado el discurso público en el último lustro. **Resultados.** El análisis confirma que las controversias se producen en una esfera pública fragmentada, sin jerarquías, en las que la información aparece sin contexto e impulsada por la búsqueda desesperada de la atención del lector.

Palabras clave: industria musical; controversias; problemas públicos; esfera pública; música popular.

[en] Non-sexist songs and macho reactions: an analysis of the digital coverage of the Emakunde list controversy

Abstract. Introduction. The research focuses on media controversies around gender policies in the music industry. In this communication we focus on the impact of the media and digital media that the proposal of a list of non-sexist songs for the summer holidays in the Basque Country (by Emakunde, the Basque government's gender equality entity) had. **Objective.** To analyse how these proposals circulate in the media to check the ways in which news stories circulate and are modelled in the new public sphere. We start from the theoretical assumption that the public sphere is on transformation, as it fragments into various peripheral areas in which actors need to shape matters of interest in order to be able to insert the issues into the central sphere. In this, the traditional role of the media as regulators of public discourse is discussed in the face of competition from other digital media and the need to compete with them using the network's own strategies. **Method.** We start from the analysis of controversies, analysing the reaction to Emakunde's list as a one-off episode that is embedded in a long-range controversy, in turn connected with the anti-feminist reactions that have characterized public discourse in the last five years. **Results.** The analysis confirms that disputes occur in a fragmented public sphere, without hierarchies, where information appears without context and driven by the desperate search for the reader's attention.

Keywords: Musical industry; controversies; public problems; public sphere; popular music.

Sumario. 1. Presentación. 2. El análisis de controversias como metodología de investigación de la esfera pública. 3. Esfera pública y cultura popular. 4. El contexto de la controversia: la reacción antifeminista en la esfera pública. 5. Resultados: la lista de Emakunde, un episodio en la controversia. 6. Discusión. 6.1. Una esfera pública sin jerarquías. 6.2. Economía de la atención frente a interés informativo. 6.3. Una información sin contexto. 7. Conclusión. Apoyos de Financiación. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Fouce, H.; Marinas, L. (2021). Canciones no sexistas y reacciones machistas: un análisis de la cobertura digital de la controversia sobre la lista de Emakunde, en *Revista de Investigaciones Feministas* 12(2), 653-661.

¹ Universidad Complutense de Madrid, España.

hfouce@ucm.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8081-0756>

² Universidad Complutense de Madrid, España.

leyrevic@ucm.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3784-2231>

1. Presentación

Acontecimientos políticos como el éxito del referéndum por la salida del Reino Unido de la Unión Europea o la victoria electoral de Donald Trump en Estados Unidos han puesto de manifiesto la necesidad de repensar la función y las dinámicas de los medios de comunicación y su relación con las democracias contemporáneas. Durante buena parte del siglo XX, se dio por hecho la idea de que una democracia requiere de medios de comunicación que ofrezcan a los ciudadanos la posibilidad de conocer los asuntos públicos y de discutir sobre ellos. La formulación clásica de esta manera de pensar los medios en las democracias modernas es la noción de esfera pública de Habermas (2004). Esta esfera pública sería un área de la vida social en la que los individuos se reúnen para discutir libremente en torno a los problemas sociales, para influenciar así la acción política. Es un espacio simbólico que articula una comunidad imaginaria.

Este espacio simbólico vendría a ser creado a través de los medios de comunicación, especialmente la prensa escrita. Como señalan Jacobs y Townsley (2011, 74), la consolidación de la prensa y la profesionalización de los periodistas se produce en un contexto de inquietud ante la modernidad.

“Los periodistas respondieron a estas presiones de diversas maneras. Una respuesta fue separar el periodismo basado en los hechos de la parte de opinión para sí marcar la diferencia entre los periodistas y los capitalistas dueños de los periódicos. Además... los periódicos fueron un vehículo para integrar a las nuevas poblaciones en la democracia americana al proveer una fuente común de información y recursos culturales... Así, el rol de los periódicos fue crucial en la democracia al convertirse estos en los recursos para una vida democrática común bajo condiciones de vida social fragmentada y creciente diferencia”.

Esta capacidad de los periódicos para articular la vida en común a través de sus publicaciones en un entorno diverso generó un inmenso poder. Los medios se convirtieron en los vigilantes que permitían o impedían la entrada de ciertos asuntos, sujetos y perspectivas al mundo común de representación y de discusión. La aparición de la televisión, que requería inversiones aún más grandes que los periódicos, reforzó este rol de los medios como “gatekeepers”.

La aparición de internet, y más tarde de las redes sociales, fue resquebrajando el poder de los medios tradicionales para dar forma a la realidad y decidir quién y qué temas podían acceder a la esfera pública. Hoy nos encontramos con que no existe una única esfera pública, sino que esta aparece fragmentada, pero también jerarquizada. Existe una esfera pública central, en la que se discuten los grandes asuntos que afectan a todos los ciudadanos como las leyes, los derechos, el régimen económico, y otras periféricas en las que diferentes grupos discuten los asuntos que a ellos les incumben con la ambición, a veces, de llevarlas a la esfera central.

2. El análisis de controversias como metodología de investigación de la esfera pública

Las dinámicas de la esfera pública contemporánea, la interacción entre ciudadanos y esfera pública y la convivencia entre medios tradicionales profesionalizados y nuevos medios de comunicación son parte de los asuntos que confronta el proyecto de investigación *Problemas públicos y controversias: diversidad y participación en la esfera mediática* (CSO2017-82109-R). A través de una perspectiva comparada, queremos indagar tanto en la manera en la que se construyen los problemas públicos como en las prácticas que dan forma a la esfera pública.

El concepto de controversia puede parecer intuitivo, pero hay que señalar que la existencia de una controversia no sólo implica la existencia de al menos dos actores en conflicto con posiciones enfrentadas. Es necesario que exista un “contexto de incertidumbre compartida” y la expectativa de un acuerdo posible hacia el que cada parte orienta sus expectativas” (Venturini, 2010). Estas condiciones son las que permiten que la controversia se inserte en la esfera pública. Pero para que una controversia se convierta en un problema público es necesario que se produzca un proceso a través del que ciertos actores logran mostrar ciertos asuntos como contrarios al interés público o como amenaza al status quo, para los que se demandan cambios y soluciones, a menudo apelando a la intervención de los poderes públicos (Gusfield, 1981).

Hemos establecido tres grupos de problemas, identificados en un anterior proyecto de investigación: casos en los que el problema público está estabilizado como controversia en la esfera central, como es el caso de la prostitución, el trabajo sexual y la trata de mujeres con fines de explotación sexual. Otro grupo de problemas están confinados a esferas especializadas técnico-científicas y no logran llegar a los medios ni convertirse por tanto en problemas públicos para la ciudadanía. Sería el caso de la obsolescencia programada o la resistencia a los antibióticos. Un tercer grupo está conformado por aquellas controversias, para las que se demandan soluciones (conformándose pues como problemas públicos) pero que no logran salir de una esfera pública subordinada y no llegan a entrar a la discusión central.

En este último grupo, examinamos la controversia sobre el rol de las mujeres en la industria musical. Nos interesa este asunto porque aúna dos perspectivas que remiten a diferentes grados de interés desde los medios. Por un lado, los asuntos culturales rara vez ocupan la atención de los medios, más centrados en las cuestiones de poder y economía (Rodríguez, 2013). Pero, al tiempo, las acciones de las mujeres para lograr dejar atrás su

posición social subordinada son un asunto de indudable interés mediático. La aparición del movimiento #metoo y su difusión global han acentuado esta dinámica. De este modo, podemos observar el entrecruzamiento de dos lógicas mediáticas para analizar, por un lado, las maneras en la que se construye el discurso de los medios al abordar el asunto y, por otro, las estrategias de los actores del campo para lograr la atención de los medios e interactuar con sus lógicas de producción de información.

Este artículo es una primera exploración en el primero de los asuntos: una indagación en cómo se construye el discurso mediático en un episodio de la controversia. En agosto de 2017, Emakunde, el Instituto Vasco de la Mujer, publicó en Spotify una lista de 200 canciones no sexistas “como una vía de reflexión para que los jóvenes elaboren respuestas propias frente al lenguaje sexista y a cualquier forma de violencia contra las mujeres”, según la secretaria general de Emakunde, Zuriñe Elordi (Gorospa, 2017). Esta iniciativa generó una viva cobertura mediática y digital, a menudo marcada por la virulencia, que es el objeto de nuestro análisis.

3. Esfera pública y cultura popular

El concepto de esfera pública de Habermas ha sido extensamente discutido, y el propio Habermas ha sido receptivo a las críticas, en especial las que le reprochaban la escasa relevancia que su noción de esfera pública otorga a las mujeres (y a sus luchas por lograr ser incluidas en esa comunidad imaginaria y en ese espacio simbólico) (Fraser, 1993) y a las clases populares, y por extensión al rol de la cultura popular como espacio de participación de las masas, de expresión de su descontento y de generación de propuestas de transformación social. El descubrimiento de la obra de Bajtin permitió al filósofo alemán descubrir que la cultura popular

“no era un marco pasivo de la cultura dominante. Era, antes bien, la revuelta repetida periódicamente y violentamente reprimida de un contraproyecto al mundo jerárquico de la dominación, con sus fiestas oficiales y sus disciplinas cotidianas” (Habermas, 2004, 7)

El sujeto que habita la esfera pública de Habermas es un varón burgués que participa de la discusión a través de la prensa escrita. Si bien la esfera pública nace como un espacio “en el que podían encontrarse una igualdad y una sociabilidad entre personas de estamentos desiguales” (Habermas, 2004, 72), lo cierto es que la participación pasa por una capacidad de manejar información que requiere de una cultura letrada que no siempre ha estado al alcance de todos.

Una formulación de la esfera pública más inclusiva es la de Arendt. Lo que percibimos como nuestra realidad se construye compartiendo lo que cada uno ve y oye con los otros.

“Incluso las mayores fuerzas de la vida íntima –las pasiones del corazón, los pensamientos de la mente, las delicias de los sentidos– llevan una incierta y oscura existencia hasta que se transforman, desindividualizadas, en una forma adecuada para la aparición pública. La más corriente de dichas transformaciones sucede en la narración de historias y en la transposición artística de las experiencias individuales” (Arendt, 2005, 59).

La esfera de la creación, alimentada no sólo por lo racional sino también por lo emocional y lo sensual, sería por tanto el lugar privilegiado para compartir con los iguales las diferentes visiones del mundo. La “simultánea presencia de innumerables perspectivas” (Arendt, 2005, 66) es precisamente el rasgo principal de la esfera pública. Es el disenso, no el consenso, el rasgo fundamental de una esfera pública sana.

“Ser visto y oído por otros deriva su significado del hecho de que todos ven y oyen desde una posición diferente... El fin del mundo común ha llegado cuando se ve sólo bajo un aspecto y se le permite presentarse únicamente bajo una perspectiva” (Arendt, 2005, 66-7).

La naturaleza de los problemas confrontados y los medios por los que son presentados (la prensa para Habermas, las historias y la creación para Arendt) parecen presentar dos visiones opuestas de la esfera pública. Pero Habermas abre su formulación de la esfera pública más allá de la influencia en los asuntos políticos en su prólogo a la edición alemana de 1990 de su *Historia y crítica de la opinión pública*, donde afirma que “los problemas de gran envergadura, las denominadas cuestiones existenciales, con frecuencia no son en absoluto cuestiones de justicia, sino sobre cuestiones de la vida buena que afectan al autoentendimiento ético-político, sea este el de la sociedad en su conjunto o el de las subculturas particulares (Habermas, 2004, 28).

Es decir, la esfera pública no sólo está cruzada por controversias en torno a la forma del gobierno de la comunidad, sino también sobre los valores y las prácticas de lo cotidiano. Estas discusiones más informales tienden a ser más efectivas a la hora de identificar nuevos problemas, desarrollar nuevas aproximaciones a problemas conocidos y para construir nuevas identidades colectivas (Habermas, cit. en Jacobs y Townsley, 2011, 65).

Estos públicos y asuntos informales son el ámbito de la cultura popular, ese enorme espacio simbólico habitado por imágenes, películas, programas de televisión o canciones, prácticas que no tienen encaje en la dinámica informativa de los medios pero que sin embargo habitan los medios y forman parte del conocimiento colectivo que permite la vida en común. Nos interesa en especial reflexionar sobre el lugar que ocupa la música en la conformación de nuestra forma de pensar, en nuestra identidad, en nuestros vínculos sociales y en nuestra acción social y política como ciudadanos (Fouce, 2017)

4. El contexto de la controversia: la reacción antifeminista en la esfera pública

Buena parte de los asuntos que polarizan a la sociedad se discuten en la esfera pública virtual. Este sería “un espacio social mediatizado, abierto –en este caso, a los usuarios de redes sociales y lectores de periódicos digitales– y tensionado por el interés común. En este marco, la comunicación –en clave de desacuerdo– se erige como posibilidad de una política que habilita el conflicto sobre lo público y que puede convertirse en un conjunto de aspiraciones de la sociedad civil” (Vázquez, 2018).

Las redes sociales conviven en medio de tensiones con los medios de comunicación y se han convertido en los espacios públicos de opinión mediatizada. Las redes se caracterizan por la ausencia de una política editorial y, en ocasiones, por la posibilidad de anonimato, de modo que las opiniones obvian las convenciones y limitaciones que tanto la línea editorial como las obligaciones deontológicas imponen a los medios convencionales.

Esta falta de límites a priori que caracterizan los contenidos generados por el usuario (Fouce, 2019) favorecen la polarización y la generación de un clima de opinión altamente confrontacional. Estos aspectos son especialmente relevantes a la hora de analizar una controversia en la que las posiciones feministas tengan una presencia relevante.

En los últimos 10 años, Internet y las redes sociales como Twitter e Instagram han surgido como los puntos de encuentro de acción, divulgación y toma de conciencia feminista. A raíz del movimiento #MeToo de 2016, iniciado originalmente a principios de los 2000 por Tarana Burke en su MySpace pero recuperado y mediatizado por Alyssa Milano en su cuenta personal de Twitter como denuncia por los abusos y agresiones sexuales en la industria cinematográfica de Hollywood y el productor Harvey Weinstein, las redes sociales se han convertido en la esfera pública virtual del feminismo y su lucha vigente.

Es entonces cuando se manifiesta públicamente una pulsión social latente entre todas las personas que han sufrido cualquier tipo de abuso sexual y se ven identificadas con este movimiento empático y de apoyo en la red. Como señala Mithu Sanyal (2019, 86) en Violación: “El #metoo generó muchísima empatía. Proporcionó a las historias y experiencias el espacio público y la atención que les había sido ampliamente negado”. Esto supuso una ruptura importante con los medios tradicionales como máximos difusores de noticias y de realidades. Como Sanyal indica, estos testimonios no llegaban a la esfera pública porque estas voces estaban silenciadas, ya fuera por expresar temas tabú o porque se consideraban poco relevantes en función de las personas implicadas, lo que forzó a recurrir a las redes sociales para su exposición. Esto vino acompañado de todo tipo de opiniones y debates en la red, en la sociedad y en los medios tradicionales ya que

“ante la emergencia de un conjunto de movimientos organizados desde los hashtags que denuncian la violencia contra las mujeres del sistema patriarcal, surge la necesidad de historizar y analizar la forma en la que estas protestas se conjugan entre la dimensión online y offline” (Esquivel, 2019, 184).

El #metoo y la centralidad de la comunicación desde las redes han supuesto el inicio de la cuarta ola del feminismo en Estados Unidos. Y esta nueva ola del feminismo ha generado, como cada vez que surge un movimiento que lucha por los derechos de colectivos infrarepresentados, una virulenta reacción desde las filas conservadoras.

La idea de reacción fue desarrollada por Susan Faludi (1993) en su libro del mismo título, en el que analiza las acciones e ideologías reaccionarias contra las mujeres entre las décadas de 1980 y 1990 en Estados Unidos, pero sus argumentos son sangrantemente contemporáneos.

“La verdad es que la última década ha asistido a un poderoso contraataque contra los derechos de las mujeres, una reacción que intenta reducir a la nada el puñado de pequeñas victorias duramente ganadas por las mujeres gracias al feminismo” (Faludi, 1993: 18).

Frente a la lucha feminista en las redes sociales ha surgido una reacción misógina y su correspondiente controversia. “In this #MeToo moment, feminism has been co-opted by both people who don’t understand it and by people who oppose it. Worse: it’s now being used against people who are feminists and allies”, escribía Rebecca Solnit para el periódico *The Guardian* en 2017, ante las primeras muestras antifeministas y anti #MeToo. Las controversias aquí pueden verse en la batalla de hashtags que se genera en las redes cada vez que estalla alguna demanda, denuncia o reivindicación de índole feminista cuya contestación son otros hashtags, normalmente de ideología conservadora, intentando borrar y desprestigiar esas alzadas. Algunos ejemplos de estas reacciones son hashtags como #NotAllMen, en forma de respuesta al #MeToo porque interpelaba a la sociedad masculina, o la difusión de los datos y la imagen de la víctima de La Manada³ acompañado siempre con el hashtag #LaManada para lograr un mayor alcance en la red.

³ “El tuit, publicado el 6 de diciembre de 2017, iba acompañado del texto «La chica supuestamente violada por #LaManada ha pedido que no se difunda esta imagen porque quizá pensemos que solo era una golfa borracha.» Lorente Doria, J. (2020). Condenado a dos años y un día un hombre que difundió en Twitter fotos de la víctima de La Manada. Recuperado 6 marzo 2021, de https://elpais.com/sociedad/2020/02/05/actualidad/1580894866_091049.html

La problemática va a más cuando estas realidades publicadas en las redes sociales no se quedan en un único sector, sino que se pueden extrapolar a cualquier ámbito de la vida cotidiana de las mujeres. Lo que empezó como un escándalo de abusos sexuales en la industria cinematográfica terminó siendo también una constante en otras industrias, como la musical. También en 2017, tras el estallido del #MeToo, el periódico sueco *Dagens Nyheter* publicó una carta abierta firmada por más de 3000 mujeres pertenecientes a la industria de la música de Suecia contra el acoso y la violencia sexual que sufren en todos los ámbitos de la industria, creando el hashtag #narmusikenhartystnat⁴ para denunciar los abusos. A las mujeres suecas de la industria musical las acompañaron las australianas ese mismo año firmando un manifiesto contra el acoso y el abuso sexual de dicha industria y con el hashtag #meNOMore⁵. Desde entonces, han ido surgiendo varios casos de mujeres pertenecientes al mundo de la música que se han valido de sus cuentas personales en la red para denunciar sus propias experiencias de abuso y para apoyar a las demás. Esto demuestra que hay una potente identificación entre la usuaria de estas redes que recibe esos testimonios en la red con sus experiencias fuera de ella, siendo esa retroalimentación entre esferas lo que genera dos puntos distintos para

“argumentar esta trascendencia a la esfera pública: 1) cuando las opiniones individuales se materializan en lo público, es decir, son significadas desde el interés común y se vinculan desde el desacuerdo (Vázquez, 2018), y 2) cuando adquieren visibilidad de co-presencia o visibilidad mediática (Raimondo et. al, 2016)” (Esquivel, 2019, 188).

La última denuncia mediante las redes sociales fue la que hizo Evan Rachel Wood, víctima y denunciante también de Harvey Weinstein, contra el cantante Marilyn Manson por abusos sexuales. Con ella se volvieron a repetir tanto los mensajes de apoyo como los mensajes reaccionarios contra la actriz.

En España, una controversia en la industria musical que surgió en pleno inicio de la era #MeToo fue la polémica generada entorno a la propuesta de lista de canciones de Emakunde-Instituto Vasco de la Mujer en 2017.

5. Resultados: la lista de Emakunde, un episodio en la controversia

El lugar de las mujeres en la música popular siempre ha sido un problema que ha suscitado la polémica. Asistimos a una creciente sensibilización sobre la manera en que las canciones hacen circular estereotipos de género y naturalizan la violencia contra las mujeres (Pontrandolfo, 2020; Flores Treviño y Hernández Maldonado, 2019). En paralelo, la propia industria musical ha ido generando reflexiones sobre cómo sus prácticas y estructuras perpetúan estereotipos de género y conductas machistas (Marinas, 2019).

En los últimos años, la controversia ha ido mutando en un problema público (Gusfield, 1981) al demandar la acción de los poderes públicos, bien a través de la creación de nuevas normas, bien a través de la creación de leyes que garantizaran la igualdad, o simplemente implementando leyes ya existentes como la Ley de Igualdad. Un ejemplo de las primeras demandas sería el clamor generado en las redes para pedir la prohibición de la canción “Cuatro babys” del cantante Maluma, denunciada por su sexismo y cosificación de la mujer. Un ejemplo del segundo tipo de medidas solicitadas sería las demandas de paridad en la programación de festivales y ciclos musicales, al menos cuando estos estén sostenidos con dinero público. En la ciudad de Madrid, diversos Plenos de Distrito cursaron solicitudes al equipo municipal para que la programación de los eventos culturales sea paritaria, invocando la Ley de Igualdad.

Estamos pues ante un ejemplo claro de una controversia, un conjunto de posiciones enfrentadas que definen un problema y que presionan de diferentes maneras para ubicarlo en la esfera pública primero y en el ámbito político bien después, bien al mismo tiempo. Esta controversia viene a ser una especie de ruido de fondo, un latido constante que de cuando en vez altera su ritmo cuando un evento puntual, impulsado por ciertos actores, accede a la esfera mediática, es transformado por las lógicas de producción y, en su circulación, activa la participación de actores diversos que se ubican a favor o en contra del asunto, tomando partido y confrontado diferentes frentes de posiciones que, en el diálogo (no siempre constructivo) van dando forma al asunto y transformándolo.

En el verano de 2017 diversos medios se hicieron eco de una campaña de Emakunde, el Instituto Vasco de la Mujer.

Con el objetivo de promover unas fiestas libres de violencia sexista durante el verano, el Instituto Vasco de la Mujer-Emakunde ha elaborado una lista de 200 canciones no sexistas, con la esperanza de que se hagan un hueco en los reproductores de música de bares y txosnas⁶. Esta iniciativa es una de las que componen la campaña Jaietan ere, beldur barik #jarrera⁷ (Durante las fiestas, también, una actitud sin miedo). Esta está enmarcada dentro del programa Beldur barik, pensado para prevenir la violencia sexista entre los jóvenes e impulsado por Emakunde en

⁴ 2192 women in the Swedish music industry behind appeal against sexism – DN.SE. (2017). Recuperado 12 febrero 2019, de <https://www.dn.se/kultur-noje/2192-women-in-the-swedish-music-industry-behind-appeal-against-sexism/>

⁵ An Open Letter to the Australian Music Industry. (2017). Recuperado 18 febrero 2019, de <https://theindustryobserver.thebrag.com/me-no-more/>

colaboración con las diputaciones forales de los tres territorios históricos y la Asociación de Municipios Vascos (EUEDEL) (Pereda, 2017).

El objetivo, como relataba esta información de *ElDiario.es*, era generar una lista de canciones que ofrecieran modelos alternativos de las relaciones de género, más allá de la dinámica cosificadora de las clásicas canciones del verano como *Despacito*. Con objeto de mapear este episodio de la controversia, hemos recopilado los resultados ofrecidos por Google a partir de la búsqueda “lista mujeres Emakunde” y otras similares sugeridas por el propio buscador. A partir de esta búsqueda hemos recopilado 35 informaciones generadas por diversas fuentes: diarios nacionales, locales, blogs, diarios extranjeros... Si bien la forma de generar el corpus de análisis puede parecer un tanto aleatoria, reproduce las condiciones de acceso a la información de un usuario que en esas fechas quisiese saber más sobre el asunto para formarse una opinión.

Nos interesa reconstruir las condiciones de participación en la controversia para visualizar la dinámica de la nueva esfera pública, al menos en lo que respecta a esta controversia. Estas dinámicas vienen marcadas por tres aspectos. En primer lugar, la creciente falta de jerarquía en la participación en la esfera pública: en la muestra conviven medios de referencia con periódicos locales, blogs que afrontan el asunto de manera reflexiva con otros que simplemente insertan comentarios personales en medio de textos recortados de medios digitales, prensa local capaz de ubicar el episodio en un contexto con medios internacionales que se hacen eco de la noticia de forma distorsionada.

En segundo lugar, llama la atención la escasa concordancia entre titulares y cuerpo de la noticia. Si bien buena parte de las informaciones tienden a la pulcritud, reproduciendo simplemente fragmentos de la nota de prensa de Emakunde presentado la lista, son muchos los titulares que hablan de censura, veto, prohibición o expulsión de ciertos artistas.

La mera repetición de la nota de prensa de Emakunde (sin citarla como fuente) es un tercer rasgo destacable; los medios que contextualizan la iniciativa, que explican la problemática de las agresiones sexistas en las fiestas del verano y la atención constante de las autoridades hacia el asunto no son ni mucho menos la mayoría. Se echa de menos en general un trabajo periodístico interpretativo que permita entender la iniciativa como una respuesta institucional a un problema identificado con claridad desde hace tiempo.

6. Discusión

6.1. Una esfera pública sin jerarquías

Como ya se ha anticipado, las 35 informaciones que analizamos, encontradas a través de una búsqueda en Google que viene a reproducir la conducta del ciudadano en busca de información, tienen un origen tremendamente variado. Para empezar, el resultado de la búsqueda desafía la clásica distinción entre medios impresos y audiovisuales. La dinámica de convergencia mediática ha hecho que todos los medios tengan presencia en internet y este actúa a modo de factor igualador, de modo que los periódicos son capaces de incorporar video del mismo modo que radios y televisiones pueden recurrir al texto escrito. Aparecen informaciones procedentes de *La Sexta* y *Antena 3*, aunque la mayoría llegan de medios escritos. Algunos son medios nacionales de referencia a través de su edición digital (*El País*, *Abc*, *El Periódico*).

En el caso de *El País*, aparecen dos informaciones diferentes a lo largo del mes de agosto de 2017, ambas lanzadas desde *Verne*, una sección digital del diario de Prisa que se anunció como “Mil maravillas por minuto” y que está enfocada a las novedades y curiosidades de la red. Aparecen además diarios digitales, como *El Diario*, *El Confidencial*, *Libertad Digital* o *El Independiente*. También medios regionales de Euskadi, como *Deia*, *El Correo* o *El Diario Vasco*. El eco del asunto mereció que incluso medios locales de otras comunidades autónomas, como *La Voz de Galicia* o *Ideal* de Granada, se hiciesen eco del asunto. Existen dos ejemplos llamativos de la diversidad de medios que se hacen eco del asunto. Desde Costa Rica, *Teletica.com* titula “Con playlist y sin Maluma: el plan de las autoridades en España para combatir el machismo en la música” y puntualiza en el subtítulo que “Autoridades promueven listas de canciones populares para fiestas no sexistas y le quitan el patrocinio a cantante colombiano”.

Esta información mezcla dos episodios diferentes de la controversia: por un lado, el rechazo de los Cabildos de Gran Canaria y Tenerife a patrocinar un festival en el que participaba el cantante colombiano Maluma debido al contenido sexista de sus canciones, y la lista de Emakunde, de la que destacan la exclusión tanto de Maluma como del *Despacito* de Luis Fonsi. A modo de conclusión, el medio costarricense informa de que entre enero y julio de 2017, “31 mujeres murieron en España por violencia de género, de acuerdo con datos oficiales”. Esta información es tremendamente fragmentada y no permite al lector ajeno a la realidad política española identificar los diferentes lugares en los que cada episodio tiene lugar y su escasa interrelación estructural a la hora de implementar políticas.

Si la jerarquía espacial es abolida en una esfera pública organizada desde internet, también lo es en el plano de la autoridad de las fuentes. Junto con medios profesionales encontramos blogs de diferentes cualidades y orientaciones. En la primera pantalla de resultados de Google hemos encontrado un post de *Elotrolado.net* en

el que el usuario Garranegra (2017) pega varios párrafos de la información ofrecida por *ElConfidencial.com* (del que copia también el título del post “Veto a Despacito y otras letras sexistas”). Ofrece el enlace al texto al final del post antes de añadir que “Esto no es más que dictadura pura y dura!!”

6.2. Economía de la atención frente a interés informativo

Son muchas las voces que denuncian que el cambio de modelo de la prensa generado tras la llegada de internet ha generado prácticas que sacrifican el rigor informativo para lograr mayor visibilidad en una red saturada de información a la caza del interés del lector (Mayoral, 2018; Soto Ivars, 2017; Rodríguez, 2013). Una de estas sería el *clickbait*, la creación de titulares espectaculares que no necesariamente se corresponden con el contenido real de la información. Una mirada a los titulares de las noticias recogidas en la cobertura de la lista de Emakunde nos haría pensar en una esfera pública cruzada por dos posiciones claramente definidas: aquellas que celebran la iniciativa, y dan voz a Emakunde asumiendo sus posiciones, y aquellos que la critican, la consideran fuera de lugar y cuestionan su necesidad.

Leemos titulares como “200 canciones para unas fiestas libres de sexismo” (*ElDiario.es*) o “Si quieres bailar y cantar hasta el amanecer, el Instituto Vasco de la Mujer propone estas canciones no sexistas” (*Verne/El País*). Frente a estas informaciones, aparecen otras menos celebratorias: “Veto a Despacito y otras letras sexistas” (*ElConfidencial.com*), “El gobierno vasco prohíbe “Despacito” por sexista” (*Ideal.es*), “A Emakunde no les gusta “Despacito”” (*ElCorreo.com*), “El “Despacito” y otras canciones que censura el Instituto Vasco de la Mujer” (*LibertadDigital.com*). *Abc* es más recatado y simplemente señala que “Despacito, la canción del verano, no recomendada en las fiestas del País Vasco por machista”.

Sin embargo, el contenido de la mayoría de estas informaciones no responde a la virulencia del titular. Todas ellas se hacen eco de las declaraciones de portavoces de Emakunde (siempre las mismas, lo que hace sospechar que proceden directamente de la nota de prensa) y explican la lógica de la *playlist*, sin explicar en ningún momento que tipo de acciones debería hacer Emakunde para vetar, censurar o prohibir. En varios casos, se contraponen la aceptación popular de ciertas canciones (Con *Despacito* como punta de lanza) frente al escaso seguimiento de muchas de las canciones incluidas en la lista.

6.3. Una información sin contexto

Una de las soluciones a la crisis de credibilidad del periodismo en la era digital que más se proclama es la necesidad de ofrecer desde los medios profesionales una información contextualizada e interpretada. Este episodio de la controversia revela que pocos de los medios están siguiendo ese camino; las informaciones tienden a eliminar toda referencia al contexto que lleva a Emakunde a generar la lista. La información de *ElConfidencial.com* (Alonso, 2017) ofrece un modelo seguido por varias más: un repaso a las canciones de la lista en contraste con los éxitos del verano, intercalado con algunos párrafos de la comunicación institucional de Emakunde.

Ni el *Despacito* de Luis Fonsi y Daddy Yankee ni el *Súbeme la radio* de Enrique Iglesias ni el *Me enamoré* de Shakira ni el *Vente pa ca* de Ricky Martin. Este verano, en los espacios festivos se escucha *A quién le importa* de Alaska y Dinarama, *Ella* de Bebe, *Jodida pero contenta* de Buika, *Respect* de Aretha Franklin, *I Will Survive* de Gloria Gaynor, *You now what I mean* de Amparionia, *Mujer* de Amparo Ochoa, *Yo no soy esa* de Mari Trini o *Ni encerradas ni con miedos* de Rebeca Lane. Las que están siendo las canciones del verano no tienen hueco en el listado de 200 canciones que el Instituto Vasco de la Mujer, Emakunde, ha seleccionado...

Son los medios vascos los que detallan más la lógica que lleva a la creación de la lista. *ElCorreo.com* (Pérez, 2017) explica así la oportunidad de la iniciativa: “Puede parecer una anécdota más del verano, pero no lo es. En realidad, se trata de la peste del siglo XXI: sólo en julio se registraron en la comunidad autónoma más de una decena de agresiones sexuales en localidades como Portugaleta, Durango, Zarautz o la capital donostiarra. La mayoría sucedieron al término de festejos locales”

DiarioVasco.com (Flaño, 2017) deja claro que la campaña no pretende criminalizar el reguetón o el trap, estilos asociados con actitudes machistas, y se detiene en aclarar este punto. Además, el artículo termina ilustrando campañas más radicales contra el sexismo en la música con ejemplos de Colombia o Indonesia.

7. Conclusión

Buena parte de nuestra identidad social es construida a partir de los materiales de la cultura popular (Fouce, 2017). Las canciones que escuchamos son un ejemplo de esto: al compartirlas, al participar a través de ellas en espacios sociales definidos, nos posicionamos dentro de un conjunto de ideas, actitudes y valores. Esta es la idea que impulsó la creación de la lista de Emakunde en Spotify: generar un espacio sonoro que empodere a las mujeres, que celebre su identidad y que ofrezca formas de relación entre géneros alejadas del modelo patriarcal de la canción romántica.

Esta iniciativa es ya una forma de participar en la esfera pública. Pero es también parte de una estrategia que aspira a comunicar el problema a través de los medios. Buena parte de los que conocieron la lista no lo hicieron desde los bares y plazas de Euskadi durante las fiestas populares, sino a través de la cobertura de los medios y los pseudomedios digitales.

Esta cobertura, como hemos visto, es diversa en algunos aspectos y sorprendentemente homogénea en otros. Buena parte de las noticias están construidas a través de las mismas declaraciones institucionales de Emakunde y de un somero análisis de las canciones de la lista. Muy pocas ubican la iniciativa en el marco de las políticas del gobierno vasco para eliminar la violencia machista y en concreto para limitar las agresiones sexuales en las fiestas. Hay escasísimas referencias al apoyo que la campaña de la que la lista es sólo un elemento tiene entre diputaciones y ayuntamientos. Hay homogeneidad en ofrecer una información plana, escasa de contexto y falta de interpretación.

Ni siquiera quienes se oponen a la iniciativa son capaces de argumentar su rechazo. Más allá de calificar la lista como una prohibición, veto o censura, no hay explicación alguna de las razones de la crítica a la iniciativa (ni a la posible capacidad de Emakunde para ejercitar esos vetos en lugares privados como son los bares). Asistimos a una controversia montada a golpe de titular, una controversia en la que, frente a la acción gubernamental e institucional, se esgrime una supuesta voluntad popular (a través de las listas de éxitos) como límite a esa acción.

Apoyos de Financiación

Este trabajo fue realizado con financiación del Plan Nacional del I+D+i orientado a los retos de la sociedad, como parte del proyecto Problemas públicos y controversias: diversidad y participación en la esfera mediática (CSO2017-82109-R)

Referencias bibliográficas

- Alonso, Jose Mari (2017). *Veto a Despacito y otras letras sexistas*. <https://n9.cl/20xlk>
- Arendt, Hannah (1993). *La condición humana*. Barcelona: Paidós.
- Esquivel, D. (2019). Construcción de la protesta feminista en hashtags: aproximaciones desde el análisis de redes sociales. *Comunicación y medios*, (40), 184-198. DOI: [10.5354/0719-1529.2019.53836](https://doi.org/10.5354/0719-1529.2019.53836)
- Faludi, S. (1993). *Reacción. La guerra no declarada contra la mujer moderna*. Barcelona: Anagrama.
- Flaño, Teresa (2017). *Despacito, lejos de las txosnas*. Disponible en: <https://n9.cl/qu00>
- Flores Treviño, María Eugenia y Hernández Maldonado, Julio (2019). Violencia, cosificación y sexismo discursivo en canciones de bandas mexicanas. *Textos en Proceso*, 5(2), pp. 87-101. <http://doi.org/10.17710/tep.2019.5.2.7floreshernandez>
- Fouce, Héctor (2017). *El papel de los contenidos generados por el usuario en la industria musical: conflictos y perspectivas*. Madrid: Fundación Alternativas. Memorando OCC 1/2017. https://www.fundacionalternativas.org/public/storage/cultura_documentos_archivos/076d5dff282dc3beb947abfad61efa9.pdf
- Fouce, Héctor (2017). Silencios y disonancias. El lugar de la música popular en la esfera pública. *Síneris*, 31. http://www.sineris.es/silencios_y_disonancias.html
- Fraser, Nancy (1993). Repensar la esfera pública. Una contribución a la crítica de la democracia actualmente existente. *Debate Feminista*, 7, pp. 23-58.
- Garranegra (2017). *Veto a Despacito y otras letras sexistas*. <https://n9.cl/yqmx>
- Gorospa, Pedro (2017). *Si quieres bailar y cantar hasta el amanecer, el Instituto Vasco de la Mujer propone estas canciones no sexistas*. <https://n9.cl/5km6f>
- Gusfield, Joseph (1981). *The culture of public problems*. Chicago: Chicago University Press.
- Jacobbs, Ronald & Townsley, Elisabeth (2011). *The space of opinion. Media intellectuals and the public sphere*. Oxford: Oxford University Press
- Marinas, Leyre (2019). *Mujeres en la industria musical: políticas públicas para la participación, la visibilidad y la igualdad*. Madrid: Fundación Alternativas. https://www.fundacionalternativas.org/public/storage/estudios_documentos_archivos/bbdb5604d8ae1d4d3dc456e0c58e5a20.pdf
- Mayoral, Javier (2018). *Periodismo herido busca cicatriz*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Lorente Doria, Javier (2020). *Condenado a dos años y un día un hombre que difundió en Twitter fotos de la víctima de La Manada*. <https://n9.cl/9h4f1>
- Pereda, Rubén (2017). *200 canciones para unas fiestas libres de sexismo*. <https://n9.cl/ddbnh>
- Pérez, Miguel (2017). *A Emakunde no le gusta Despacito*. Disponible en: <https://n9.cl/lwnv9>
- Pontrandolfo, Gianluca (2020) De tu cuerpo me hago dueño / Tú eres el mío y yo soy tu sueño. La construcción discursiva de la mujer en las letras de Maluma: un análisis crítico del discurso asistido por corpus. *Discurso & Sociedad*, 14(4), 930-969. <http://www.dissoc.org/ediciones/v14n04/DS14%284%29Pontrandolfo.html>
- Rodríguez, Delia (2016). *Un problema del periodismo, siete de los periodistas y dos de los lectores*. Disponible en: <https://n9.cl/b02q>
- Rodríguez, Delia (2013) *Memocracia. Los virales que nos gobiernan*. Barcelona: Gestión 2000.

- Sanyal, Mithu M. (2019) *Violación: Aspectos de un crimen, de Lucrecia al #MeToo*. Barcelona: Reservoir Books.
- Solnit, Rebecca (2017). *Don't let the alt-right hijack #MeToo for their agenda*. <https://n9.cl/8vmih>
- Soto Ivars, Juan (2017). *Arden las redes*. Barcelona: Debate.
- Teletica (2017). *Con playlist y sin Maluma*. <https://n9.cl/qv2h5>
- Vázquez, Mariano (2018). Esfera pública virtual. Una lectura política y comunicacional de lo público en la web. *In Mediaciones de la Comunicación*, 13(1), 49-69. <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2825>
- Venturini, Tommaso (2010). Driving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. *Public understanding of science*, 19(3), 258-273. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0963662509102694>

Héctor Fouce:

Profesor de Semiótica de la Comunicación de Masas en el Departamento de Periodismo y Nuevos Medios de la Universidad Complutense. Es director del Máster en Análisis Sociocultural del Conocimiento y la Comunicación. Ha sido catedrático de música y artes escénicas en el Conservatorio Superior de Música de Aragón y profesor tutor en la UOC (Universitat Oberta de Catalunya), además de trabajar como periodista cultural durante 12 años. Dirige el grupo de investigación Semiótica, comunicación y cultura en la Universidad Complutense y es uno de los Investigadores Principales del proyecto del Programa Estatal de I+D+I orientada a los Retos de la Sociedad “Problemas públicos y controversias: participación y diversidad en la esfera mediática” (CSO2017-82109-R). Ha sido investigador visitante en las universidades de Colorado State (EEUU) y Cambridge (Reino Unido). Es el autor del libro *El futuro ya está aquí: música pop y cambio cultural en Madrid, 1978-1985* (Veleció, 2007) y editor del volumen *Made in Spain: studies in popular music* (Routledge, 2013).

Leyre Marinas:

Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Murcia, cursando el último año del grado como alumna Erasmus+ en Jönköping University, Suecia, donde también realiza las prácticas en el departamento de comunicación y marketing de esa universidad. Tras hacer el Máster en Análisis Sociocultural del Conocimiento y la Comunicación 2017/2018 en la Universidad Complutense de Madrid, da comienzo su carrera como investigadora en el Doctorado en Periodismo 2018/2019 de la Facultad de Ciencias de la Información de la Complutense con una tesis doctoral sobre Riot Grrrls, feminismo e industrias culturales, la cual es respaldada por el premio de la Fundación SGAE de Investigación 2018 a las Ayudas a la Realización de Tesis Doctorales. También en 2018 gana la ayuda a jóvenes investigadores Estudios de Progreso de la Fundación Alternativas por su investigación Mujeres en la industria musical: políticas públicas para la participación, la visibilidad y la igualdad. Ha sido becada por el programa Erasmus+ Estudios 2020 en la Universidade do Minho y por el programa Erasmus+ Prácticas 2021 en la Universidad de Groningen.