

Representaciones de género en el videoclip actual. La imagen de las mujeres en el reguetón femenino

Genero-irudikapenak egungo bideoklipean.

Emakumeen irudia emakumezkoen reggaetonean

Gender representations in contemporary music videos.

The image of women in reggaeton by female artists

Almudena Mata-Núñez*

Universidad de Sevilla

RESUMEN: Esta investigación analiza la imagen de las mujeres en los videoclips de las reguetoneras más populares, en un género conocido por perpetuar representaciones de las mujeres como objetos sexuales. El principal objetivo es averiguar si las cantantes femeninas reproducen estos estereotipos o si generan discursos alternativos. Mediante una triangulación del análisis narrativo se ha determinado que las reguetoneras mantienen la iconografía dominante, aunque casi la mitad de las canciones ofrece una concepción de la sexualidad femenina como forma de liberación. Las artistas se igualan visualmente a los hombres, adoptan símbolos de poder y se muestran como sujetos activos del discurso.

PALABRAS CLAVE: reguetón; feminismo; mujeres cantantes; género urbano; iconografía.

ABSTRACT: *This research analyses the image of women in the most listened music videos made by women in reggaeton, a genre known for the sexualization of women. The main purpose is to learn whether female artists recreate those gender stereotypes, or whether they offer alternate discourses. Through the triangulation of the narrative analysis, it has been determined that female reggaeton artists maintain the visual imagery that sexualises women, although almost half of the songs show a new image for women, who enjoy sex as a way to free themselves. The singers equal themselves to the male visual discourse and take symbols of power linked to active attitudes.*

KEYWORDS: *reggaeton; feminism; female singers; urban genre; visual imagery.*

* **Correspondencia a / Corresponding author:** Almudena Mata-Núñez. Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Avda. Américo Vespucio, s/n (41092 La Cartuja. Sevilla) – amnunez@us.es – <https://orcid.org/0000-0002-9051-2397>

Cómo citar / How to cite: Mata-Núñez, Almudena (2024). «Representaciones de género en el videoclip actual. La imagen de las mujeres en el reguetón femenino», *Zer*, 29(56), 223-240. (<https://doi.org/10.1387/zer.25031>).

Recibido: 09 julio, 2023; aceptado: 21 diciembre, 2023.

ISSN 1137-1102 - eISSN 1989-631X / © UPV/EHU Press



Esta obra está bajo una Licencia

Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

Introducción

El reguetón es un género de música urbano, con raíces en el *reggae* y el hip hop, que se origina en la década de los 90 en los barrios periféricos de Puerto Rico, aunque existe la controversia sobre si su nacimiento fue anterior en Panamá. En cualquier caso, su procedencia se encuentra en el Caribe, como canción protesta contra el poder político desde sectores poblacionales marginados, hasta que sus temas fueron modificados por la industria discográfica para crear grandes éxitos de ventas a nivel internacional. En sus inicios, el reguetón fue señalado como un tipo de música que promovía la violencia y, precisamente, a causa de esta persecución oficial desde el poder, ganó fuerza como vehículo transmisor de la protesta y pronto fue reivindicado por los jóvenes. Gracias al éxito alcanzado en Puerto Rico y la popularidad del baile conocido como *perreo*, la industria musical reconoció la potencial expansión del género y se encargó de hacerlo comercializable en todo el mundo (Negrón-Muntaner y Rivera, 2009), hasta el punto de que este género se ha convertido en un producto de masas «que ha traspasado la barrera de lo meramente musical para impactar en otros aspectos, especialmente estéticos y actitudinales de la sociedad en general y de los jóvenes en particular» (Monedero Morales, 2020, p. 14).

El reguetón ha sido caracterizado desde los ámbitos académico y mediático por las referencias al sexo, las drogas, el mundo del gánster heredado del hip hop y la sexualización de la mujer, que suele buscar el placer con hombres que personifican la masculinidad hegemónica llevada al extremo. En cuanto al baile, llamado *perreo* o *sandungueo*, destaca porque «evoca posiciones sexuales y simulan la copulación entre animales, como los perros» (Urdaneta García, 2010, p. 144). En términos visuales, el reguetón se caracteriza por una estética muy definida: ropa apretada y sensual para las mujeres y, para los hombres, vestimenta oscura, en muchos casos, sudaderas, gorras, gafas de sol y, por supuesto, joyas grandes y visibles, como anillos, cadenas y relojes brillantes. La hipermasculinización de los hombres se vale, de esta forma, de los ornamentos del rap y el hip hop, así como del acompañamiento femenino (Dávila Ellis, 2018).

En lo que respecta a las letras de las canciones, Carballo Villagra (2006) distingue tres temas principales: las mujeres y el sexo, la violencia y la identidad, normalmente, de hombres latinos. La autora destaca que se construye una imagen de masculinidad heterosexual, por la que el hombre aumenta su poder al mantener relaciones sexuales con una o varias mujeres. Su valía se determina por su capacidad de disfrutar al extremo de su sexualidad. La identidad masculina es asociada al bienestar material que se representa con «dinero (dólares específicamente), joyas, autos lujosos, mansiones, y mujeres» (Carballo Villagra, 2006, p. 96), lo que marca la separación del origen humilde de muchos cantantes que han conseguido fama y un importante estatus económico. Como el sueño americano, el reguetón ofrece una promesa de mejora, cuyo objetivo es alcanzar la

masculinidad absoluta. Es de esta manera como las mujeres acaban siendo destinadas a cumplir la función de mero objeto sexual que el hombre consigue y merece, y al que no se pueden resistir ya que, en la mayoría de los casos, carecen de voluntad propia. Además, su representación suele limitarse a los atributos físicos que resaltan la femineidad; «las mujeres son vistas como cuerpos que poseen un estatus social casi exclusivamente a partir de su actividad, ejercicio y/o práctica sexual» (Viera Alcazar, 2018, p. 48).

Así, el reguetón es caracterizado como «un género musical misógino en el que se margina y explota a la mujer mediante sus letras con alto contenido sexual, que la reduce a un objeto carnal» (Machaen López, Carrillo Torres y Quiroz García, 2020) debido, en parte, a la cultura sexista en la que se han socializado la mayoría de los artistas del género (Pangol, 2018). Sin embargo, en muchos casos, este género se asocia a la fiesta y al baile por su ritmo, de modo que las letras y su posible sesgo machista quedan relegados a un segundo plano (Machaen López, Carrillo Torres y Quiroz García, 2020). Principalmente, el sexismo achacado al reguetón se basa en la defensa del control sexual sobre las mujeres, haciendo uso de la violencia física o simbólica (Platt, 2018, p. 4).

No obstante, algunos autores consideran que está surgiendo una nueva perspectiva en el reguetón en contra de los valores sexistas dominantes gracias, «primero, [a] la irrupción de las mujeres en el género, y segundo, [a] la incorporación de ideas feministas en las letras y vídeos de las canciones» (Díaz Fernández, 2021, p. 664). Así, frente a las caracterizaciones generales del reguetón como un género musical machista, algunos artistas reconocidos mundialmente han comenzado a introducir algunos mensajes —con sus correspondientes representaciones visuales— a favor de la igualdad de género y en contra de los estereotipos patriarcales. Es el caso del puertorriqueño Bad Bunny (Díaz Fernández, 2021), con canciones como *Yo perreo sola*¹, en la que reivindica la autonomía femenina en el reguetón frente al acoso machista; *Solo de mí*, cuyo videoclip representa la salida de una mujer de una situación de maltrato, o *Caro*, en la que el artista juega con la performatividad de género.

En el plano académico, las investigaciones sobre la representación de las mujeres en las canciones de reguetón se han multiplicado en los últimos años, especialmente, aquellas centradas en la interpretación masculina (Piñón Lora y Pulido Moreno, 2020; Pangol, 2018). Sin embargo, en la mayoría de los casos, nos encontramos ante trabajos superficiales y guiados por los estereotipos hacia el género urbano. En otras ocasiones, las investigaciones centran su interés en las letras de las

¹ Esta canción ha llamado la atención de los investigadores y se ha convertido en objeto de estudio por sí misma en trabajos como los de Álvarez Trigo (2020), y Rodríguez (2022).

canciones, las cuales examinan desde una literalidad extrema el plano lingüístico (García Pérez, 2022). Se distingue, por tanto, un vacío en el estudio sobre la representación de las mujeres en el reguetón, en tanto que apenas se tiene en cuenta la perspectiva audiovisual en relación con los Estudios de Género. Por este motivo, el presente trabajo está dedicado a profundizar en la relación entre el reguetón y los estereotipos de género desde el análisis audiovisual, es decir, teniendo en cuenta los significados culturales de la representación icónica de las mujeres en los videoclips musicales. En este caso, nos interesa saber cuál es la imagen que las mujeres transmiten de ellas mismas, en principio, sin la mediación de un artista masculino, una línea de investigación fecunda que ya adelantan autoras como Monedero Morales (2020).

Siguiendo trabajos como los de Aubrey y Frisby (2011) y Pérez Ruffi (2017), el estudio de los estereotipos de género se plantea vinculado a la identidad de género de las artistas, pues «una artista fémica que se representa como un objeto sexual en su propio vídeo musical envía un mensaje considerablemente diferente al del artista masculino que objetiviza sexualmente las mujeres que aparecen en su vídeo» (Pérez Ruffi, 2017, p. 205).

Así, en este trabajo, nos preguntamos hasta qué punto las artistas femeninas reproducen los estereotipos de géneros ligados al reguetón tradicional y si ofrecen discursos alternativos de igualdad entre hombres y mujeres. Dada la naturaleza del objeto de estudio, nos planteamos comprobar cuál es la presencia de los estereotipos de género en los videoclips de reguetón femenino, es decir, examinar el imaginario icónico que crean las mujeres en sus representaciones audiovisuales.

Los estereotipos de género, entendidos como los atributos que se asocian de manera homogénea y generalizada en función de las creencias culturales sobre los géneros, se encuentran en la mayor parte de los productos culturales, entre los que la música no es una excepción. Se trata de ideas esquemáticas que «simplifican la realidad dando lugar a una diferenciación de los géneros que se basa en marcar las características de cada uno, otorgándoles una identidad en función del papel social que se supone deben cumplir» (Belmonte y Guillamón, 2008, p. 116).

Como cualquier otro género musical, el reguetón forma parte de una industria musical capitalista en la que prima el valor mercantil y los valores patriarcales que imperan en la sociedad (González Piedra, 2021). Por ello, la hipótesis principal es que el machismo no puede ser una actitud inherente a un único género musical, ya que, en todo caso, depende del uso que se haga del discurso. Por eso mismo, cualquier género puede resultar machista, en tanto que se opte por una representación de las mujeres subordinada a la del hombre. En este sentido, creemos que en los discursos de las mujeres artistas encontraremos un rechazo a las ideas patriarcales, si bien

dentro de los límites de un género musical que propugna la sexualidad y el erotismo explícito.

Es importante tener en cuenta los contextos de producción de los vídeos que conforman el corpus de estudio, ya que, en relación con movimientos socio-políticos como el feminismo, las imágenes «significan [...] según lo que se espera de ellas por el hecho de utilizarse en un determinado contexto social» (Pericot, 2002, p. 15), es decir, no tienen un significado estático y ahistórico, ni pueden ser analizadas bajo ópticas feministas del siglo pasado o que ignoren las circunstancias del género musical en que se encuadran. Así, la investigación que aquí se propone tiene en cuenta las relaciones del reguetón femenino con la tradición que le precede, respecto a la cual pueden producirse cambios en la representación visual y verbal.

1. Metodología

Para el acercamiento a los estereotipos de género se ha aplicado el análisis narrativo audiovisual para identificar la significación icónica en las canciones de reguetón de las artistas más escuchadas en los últimos años. De este modo, se tendrán en cuenta no solo las ideas expresadas en las letras, sino la representación visual que se hace de ella en los videoclips musicales. La metodología empleada se encuadra, por tanto, en la perspectiva de los Estudios de Género, pues, al igual que otros productos culturales, los videoclips se ven afectados por los tópicos y estereotipos vigentes en su contexto de producción. «En este sentido, un análisis desde la perspectiva de género nos permite observar la relación que un determinado vídeo musical mantiene con el sistema patriarcal, identificando los elementos de refuerzo y subversión de esta estructura social» (Suárez Viñuela, 2011).

Por su funcionalidad en este trabajo, nos centramos en la perspectiva fenomenológica del análisis audiovisual narrativo, que toma al personaje como persona desde el punto de vista de su construcción psicológica, física, verbal y comportamental. Siguiendo la clasificación propuesta por Casetti y Di Chio (2009), nos centramos en el análisis de los códigos de la serie visual, esto es, la iconicidad aportada por el estilo cinematográfico, la composición fotográfica y la movilidad del objeto encuadrado y de la cámara en el espacio fílmico. Desde el punto de vista narrativo, en este análisis interesa abordar el plano de los existentes, es decir, ambientes y personajes desde la perspectiva fenomenológica, pues debido a la escasa duración de los vídeos musicales, el desarrollo narrativo de los personajes en la perspectiva formal y abstracta es de menor relevancia. A lo sumo, desde la perspectiva formal es posible señalar si los participantes en el relato son personajes activos o pasivos y comprobar si estas categorías corresponden a los estereotipos de género (tabla 1).

TABLA 1
Análisis de existentes

Personajes			
Perspectiva fenomenológica			
Aspectos			
Iconográficos	Ideológicos	Sociológicos	Psicológicos
Perspectiva formal			
Rol			
Activo		Pasivo	
Ambientes			
Entorno		Situación	

Fuente: elaboración propia.

Para llevar a cabo el análisis se han configurado fichas específicas que aúnan la perspectiva feminista con la narrativa audiovisual. En concreto, la perspectiva fenomenológica de los personajes de los vídeos se aborda desde cuatro de los rasgos propuestos por Kate Millet en su obra *Política sexual* (1995 [1969]). Millet distingue, en primer lugar, los aspectos ideológicos, que responden a los valores de superioridad masculina reproducidos por los estereotipos de género; los biológicos, que justifican en la naturaleza física las diferencias entre hombres y mujeres; los sociológicos, referidos a la configuración de la familia como institución patriarcal y la estratificación en clases sociales y los psicológicos, que abarcan el comportamiento acorde o en contra de la ideología patriarcal (tabla 2). Se ha prescindido de los aspectos antropológicos, pues requieren procedimientos de la mitocrítica y el mitoanálisis, y de los económicos y educacionales, que hacen referencia a la retribución económica del trabajo, así como al nivel educativo recibido, pues su representación visual rara vez es recogida en un formato de breve duración como el videoclip.

A partir del análisis narrativo es posible determinar los contenidos exactos de las canciones examinadas, para lo cual se toman como referencia los temas de las canciones de reguetón señalados por Gallucci (2008) con el fin de identificar su presencia o ausencia en el discurso de las mujeres regueteras (tabla 4). Dada la naturaleza del objeto de estudio, estos temas pueden explicitarse bien verbalmente, en las letras de las canciones, o visualmente, a través de la representación en los vídeos musicales.

TABLA 2
Rasgos fenomenológicos

Aspectos	Ítems
Iconográficos/biológicos	Vestimenta/desnudez Cabello Cuidado corporal Franja etaria
Ideológicos	Estereotipos de género
Sociológicos	Institución familiar Clase social Orientación sexual
Psicológicos	Relación con la feminidad Culpabilidad Autoestima Violencia

Fuente: elaboración propia.

El objeto de estudio está compuesto por los videoclips de las canciones seleccionadas, formato que ha abierto sus posibilidades creativas de mera herramienta promocional de los artistas a auténticas obras audiovisuales con entidad propia. Así, no se trata solo de optar por otro medio de comunicación para transmitir una canción, sino que permite «transmitir la imagen y la estética de un grupo, con las que un sector de la sociedad puede llegar a identificarse o adaptarla como propia» (Roncero-Palomar, 2017, p. 108). La vinculación entre música e imagen es, como se aprecia, fundamental, pues matiza o amplía el mensaje que se quiere transmitir. Así, en este trabajo, se contempla el videoclip musical como texto audiovisual «sujeto a estructuras que subyacen y que son creadoras de significado» (Rodríguez-López, 2016, p. 944). En concreto, nos centramos en los códigos visuales y los verbales, los cuales crean significado por sí mismos y en interacción.

El corpus de esta investigación coincide con el seleccionado por García Pérez (2022), puesto que ambos trabajos parten de una idea conjunta para analizar el reguetón femenino desde la perspectiva lingüística y la audiovisual. Así, fueron recogidos los nombres de las cantantes más escuchadas en Spotify España desde 2018 a 2021, según las listas oficiales de la plataforma. Las artistas de reguetón que aparecían en los ránquines eran cuatro: Becky G (Estados Unidos), Karol G (Colombia), María Becerra (Argentina) y Natti Natasha (República Dominicana). Seguidamente, se acudió a sus canales de YouTube para extraer las canciones con videoclips oficiales, de las que fueron elegidas aquellas con mayores visualizacio-

nes² para el periodo de los últimos tres años. De tal manera, se ha estudiado una canción de cada artista por cada año, a excepción de María Becerra, quien no dispone de videoclips oficiales para el año 2018.

TABLA 3
Corpus de estudio. Datos procedentes de YouTube

Artista	Año	Canción	Visualizaciones
Becky G	2018	<i>Sin pijama</i>	1.974.078.174
Becky G	2019	<i>La respuesta</i>	404.457.049
Becky G	2021	<i>Fulanito</i>	168.870.133
Becky G	2020	<i>No drama</i>	36.821.663
Karol G	2019	<i>Tusa</i>	1.274.421.814
Karol G	2018	<i>Culpables</i>	965.593.133
Karol G	2020	<i>Bichota</i>	922.124.181
Karol G	2021	<i>El makinón</i>	573.300.575
María Becerra	2021	<i>Animal</i>	95.958.872
María Becerra	2020	<i>Confíesalo</i>	72.725.613
María Becerra	2019	<i>High</i>	63.308.715
Natti Natasha	2018	<i>Amantes de una noche</i>	448.753.765
Natti Natasha	2021	<i>Ram Pam Pam</i>	429.668.802
Natti Natasha	2019	<i>Oh daddy</i>	337.434.956
Natti Natasha	2020	<i>Qué mal te fue</i>	130.077.045

Fuente: elaboración propia junto a García Pérez (2022).

2. Resultados y discusión

Del análisis de contenido audiovisual se han extraído varios datos interesantes para definir el reguetón femenino. En primer lugar, de las 15 canciones analizadas, el 60% presentan personajes femeninos con roles activos³, interpretados por las artistas, que actúan por sí mismas, sin esperar la intervención de otra persona.

En lo que respecta a la presentación física, se han abordado dos cuestiones relacionadas con los estereotipos de género. De un lado, la vestimenta, a la que se asocia la desnudez y, de otro, la forma del cuerpo, incluyendo el cabello. Este último es importante porque funciona como rasgo identificativo, en el que cada es-

² Última visualización: 21 de diciembre de 2021.

³ Los videoclips cuyos personajes femeninos son pasivos desde la perspectiva formal son *Sin pijama*, *No drama*, *Confíesalo*, *High*, *Oh Daddy* y *Qué mal te fue*.

tilo se asocia a «una identidad sexual, artística, generacional, etaria, referencial o icónica, entre otras, y se relacionan con la rebeldía o con el acatamiento de normas específicas» (Serrano-Barquín *et al.*, 2018, p. 2). Así, la imagen del cabello y del vello corporal viene determinada por la significación social que adquieren en cada cultura, por lo que su representación está fuertemente vinculada a los estereotipos de género. «Es así que, en la representación del desnudo femenino, la cabellera, el rostro y la misma genitalidad son fragmentaciones corporales muy usadas» (Serrano-Barquín *et al.*, 2018, p. 7). Por ejemplo, en el ámbito occidental, el imaginario patriarcal proyecta mujeres con una larga melena y la ausencia total de vello corporal, omitiendo en ambos casos los costosos procesos en tiempo y dinero para conseguir esa imagen sexualizada.

Se ha comprobado que, en prácticamente todos los casos, las mujeres visten prendas que realzan su físico, con amplios escotes, tacones altos y, a veces, solo llevan lencería, más o menos lujosa. En otras ocasiones, lucen bikinis, sujetadores con brillantes y *crop tops* combinados con pantalones, dejando a la vista el vientre, así como vestidos con aperturas en las piernas o de tela calada y semitransparente. El caso más extremo de desnudez se ve en *Qué mal te fue*, cuyo vídeo fue grabado por la propia artista en lo que parecen unas vacaciones privadas. Durante gran parte del vídeo, Natti Natasha aparece en *topless* en una piscina, cubriendo sus pechos con su pelo. Por otra parte, hay que señalar que en un mismo vídeo las artistas suelen aparecer con varios atuendos, especialmente llamativos en los videoclips de Karol G y en la canción *Oh Daddy* de Natti Natasha, pues los cambios de ropa contrastan entre sí y se ajustan a diferentes ambientes según ideas temáticas relacionadas con el espacio.

Solo en tres ocasiones encontramos ejemplos de vestimenta que no sexualiza a las mujeres. La primera es en *El makinon*, en la que Karol G viste ropa ancha que le cubre todo el cuerpo y que complementa con una gorra al revés. Es una estética de tribu urbana, similar a la que visten las artistas de *Animal*, quienes llevan pantalones anchos y, en ocasiones, tops que muestran su torso, pero no de forma sexualizada. Asimismo, en *High*, María Becerra viste una camiseta maxi blanca, con una cadena y gafas de sol como únicos complementos. En este caso, además, los planos detalle no se recrean en el cuerpo, que, bajo la ropa ancha, se intuye como delgado. En la misma línea, el maquillaje es muy discreto y, a diferencia de lo que ocurre en el resto de canciones, apenas destaca sus rasgos faciales.

Como complementos, en todos los casos lucen grandes joyas, especialmente, pendientes y cadenas de brillantes, que recuerdan a las que tradicionalmente han llevado los hombres del género. En este sentido, se puede afirmar que ellas tienen el mismo poder económico que los artistas parejos y que también utilizan las joyas como símbolo de estatus para decorar su cuerpo. Las gafas de sol de distintas formas y colores son un complemento habitual, así como los

adornos para el pelo. Karol G lleva la decoración capilar al extremo modificando el color y la largura de su cabello en casi todos sus vídeos. De entre ellos, resalta el estilo de *El makinón*, ya que muestra el pelo largo de color azul verdoso.

Respecto al tipo de cuerpo, no se observan grandes diferencias salvo en el caso de Karol G, quien exhibe más curvas que sus compañeras. No obstante, todas son mujeres delgadas, que han tonificado su cuerpo y, a través de la vestimenta, destacan zonas voluptuosas como pechos y trasero. Se trata, en todos los casos, de mujeres jóvenes, en la franja de los 20-30 años, siendo Natti Natasha la mayor de todas ellas. En general, estos resultados del análisis sobre el aspecto físico de las mujeres en los videoclips de reguetón coincide con los obtenidos por Monedero Morales, quien señala que, en los vídeos de los artistas masculinos, «el perfil femenino dominante es el de raza blanca o latina, sexual (heterosexual), urbana, de entre 20 y 25 años, de aspecto cuidado y sofisticado, de actitud agresiva, dominante y desafiante, independiente, superficial y materialista» (2020, p. 23).

Habitualmente, lucen largas melenas que realzan su sensualidad, pudiendo llevar el pelo suelto o recogido en coletas u otros tipos de peinados. Además, muchas tienen tatuajes visibles, lo que aporta ese aspecto de dureza que se asocia con los hombres hipertatuados del género. La máxima exponente de esta tendencia es Karol G, sobre todo, en *Bichota*, pues, en una escena, a las bailarinas les brotan tatuajes por todas las zonas visibles de su cuerpo, imitando los que tiene la propia artista, en cuyo pecho se lee el título de la canción. Al igual que en el caso de la indumentaria, destaca la imagen corporal de María Becerra y Cazzu en *Animal*, pues, aunque ambas cantantes lucen larguísimas melenas, también tienen algunas zonas del cabello rapadas, cortes en las cejas, tatuajes y *piercings* que contrastan con sus uñas esculpidas y el maquillaje.

En el aspecto ideológico, los estereotipos de género refuerzan la consideración de las mujeres como objetos sexuales, aunque, en muchos casos, esta imagen es fruto de su deseo y no se dirige a ninguna mirada masculina, por lo que se marca especialmente la diferencia respecto al reguetón masculino. Estereotipos como el de la seductora consolidan la imagen erotizada de la mujer, cuyo deseo sexual se dirige a la conquista de un hombre.

En algunas ocasiones, las artistas adoptan papeles marcados como masculinos, como ocurre en *La respuesta*, cuando Becky G desafía un estereotipo de género y ayuda a un hombre con un problema en su coche, es decir, es la mujer la que domina el saber mecánico. Algo similar ocurre en *Animal*, pues el tema de la canción asocia el instinto animal con la esencia de la mujer, que deja de ser presa de caza. Asimismo, las mujeres adoptan símbolos de poder asociados a los hombres regueteros, como coches grandes, cadenas y tatuajes.

En el plano sociológico, los personajes femeninos pertenecen a una clase social alta, lo que queda patente con el uso de joyas, coches y ropa de marca, que denotan alto poder adquisitivo. La orientación sexual en todos los vídeos es heterosexual, excepto en el caso de *El makinón*, pues las dos artistas dan muestras de una relación lésbica entre ellas. Este aspecto es destacable por sí mismo, pero es mucho más importante si se compara con la situación masculina, pues es prácticamente imposible que dos hombres propongan una relación homosexual en un vídeo de reguetón. Por lo tanto, consideramos que esta transgresión es única dentro del género y que abre una vía de transformación que solo se puede dar por parte de las mujeres reguetoneras. En lo que respecta a la institución familiar, las representaciones más comunes son aquellas que rechazan el mantenimiento económico de la mujer por parte del hombre, reclamando la independencia femenina.

Entre los rasgos psicológicos destaca la iniciativa sexual de las mujeres y la ausencia de culpabilidad o castigo por tales comportamientos. Las mujeres reclaman su deseo sexual y disfrutan de su cuerpo por sí mismas. Del mismo modo, hacen referencias al consumo de alcohol y drogas como diversión, sin ser demonizadas por ello. Las mujeres de los vídeos analizados tienen una alta autoestima, toman decisiones, lucen su cuerpo con orgullo y disfrutan de la fiesta y del imaginario que conlleva sin necesidad de conformarse a unas normas patriarcales, ni de que haya una presencia masculina portadora de la mirada.

En canciones como *La respuesta*, las artistas rechazan el trabajo en el hogar sin remuneración y la clausura en el espacio doméstico. Son mujeres que salen a la calle y ocupan puestos de poder tradicionalmente reservados a los hombres. Además, reclaman un trato justo, sobre todo, por parte de los hombres con los que entablan relaciones sexuales. Por ejemplo, en *Ram Pam Pam*, las artistas ponen en valor sus deseos y su felicidad y celebran haberse desvinculado de un hombre que no las trataba como merecían. Sin embargo, en temas como *Oh Daddy* se siguen manteniendo las tendencias patriarcales que subordinan la felicidad de la mujer a las decisiones de un hombre.

Es igualmente reseñable que en la mayoría de los vídeos con cuerpos de baile, estos están formados exclusivamente por mujeres, creando así una especie de comunidad femenina que se apoya mutuamente, frente a la sexualización que podrían sufrir las bailarinas en el acompañamiento a otros artistas. Esto es especialmente destacable en *Tusa*, donde las bailarinas rodean a la cantante con sus manos para apoyarla en una situación de debilidad emocional. Ella ha perdido a un hombre, pero conserva a un grupo de mujeres que la sostienen. Es más, en ningún videoclip de los analizados se reflejan actitudes de competitividad entre mujeres; únicamente hay colaboración y apoyo mutuo entre ellas, sobre todo, a través del baile.

El caso de Karol G es paradigmático porque una de sus canciones está dedicada, precisamente, al empoderamiento de las mujeres. En *Bichota*, la artista se enorgullece de ser una mujer fuerte, presume del momento vital en el que se encuentra y celebra su sexualidad sin competir con nadie, sintiéndose suficiente por sí misma. Se observa la situación contraria en *Confíésalo*, ya que la letra alude explícitamente a la autopercepción de la mujer, que se ve como la mejor opción de un grupo de mujeres. En esta canción, el deseo sexual de la mujer existe, pero en relación con el hombre, por el que disputa su atención con otras mujeres.

Por último, en ninguno de los vídeos analizados hay imágenes de violencia, por lo que queda claro que las artistas de reguetón rechazan las implicaciones de la violencia en el género. En todo caso, puede observarse que en canciones como *El makinón* y *Animal* si bien no se registran imágenes violentas, las artistas adoptan un imaginario que las relaciona con la delincuencia.

Hay que tener en cuenta que la breve duración de los videos musicales propicia que los creadores opten por una narrativa muy simplificada, que puede verse favorecida por los estereotipos para acelerar la transmisión de un mensaje comprensible a los espectadores. Por ello, destacamos la puntualización de Guarinos (2012), cuando señala que son muy pocos los elementos visuales que componen los videoclips y con estos debe bastar para presentar los personajes e identificarse emocionalmente con ellos. Este es el motivo por el que, en muchos casos, la imagen de las mujeres es sexualizada al extremo, ya que, para ilustrar cualquier referencia sexual presente en las letras de las canciones, «la configuración del propio cuerpo es resaltada con poses que subray[a]n el atractivo, cuando no la insinuación sexual directa, con envoltura de ropaje transparente, mínimo o sin él en bastantes casos» (Guarinos, 2012, p. 308).

Otras autoras consideran que el videoclip puede ser un espacio de transformación de género, con una nueva imagen femenina «que presenta a una mujer fuerte, independiente y con una actitud dominante hacia los hombres» (Rodríguez-López y Sedeño-Valdellós, 2017, p. 12), si bien puede llegar a convertirse en una imagen estática, en un nuevo estereotipo que no consiga seguir avanzando a no ser que se trate de circuitos independientes. En este sentido, se apunta que las artistas de reguetón contemporáneas mantienen, en cierto modo, la sexualización tradicional, y, además, incluyen aspectos de «una chica más actual, trabajadora, más agresiva, más competitiva, superior incluso» (Guarinos, 2012, p. 306).

En cuanto a los ambientes, consideramos que, en general, no determinan demasiado la narrativa en la que se insertan los personajes, si bien hay un par de ejemplos en los que hay detalles destacables de la caracterización de los espacios. Es el caso de la canción *Sin Pijama*, tema en el que los personajes, todos femeninos, se encuentran en una mansión donde celebran una fiesta con claros tintes eróticos. Al

comienzo de la canción predominan los tonos oscuros, haciendo que destaquen letreros de neón con la palabra «ON». Se trata de un ambiente actual, cuya caracterización recuerda a la de los clubes de alternos y los vídeos pornográficos en los que se concentran muchas mujeres en un mismo espacio, por lo que esta similitud puede conllevar asociaciones de tipo semiótico en la mente de los espectadores. En otra canción de Becky G, *No drama*, la acción se sitúa en un entorno especialmente simbólico, por la vinculación del imaginario de lo femenino a los elementos de la naturaleza. El espacio principal es una cueva, en la que hay zonas acuosas, rocas y arena, símbolos de la capacidad reproductiva de las mujeres.

En esta línea de interpretación simbólica, también se debe destacar la construcción del espacio en *Tusa*, pues no representa una realidad material, sino que se asemeja a la representación de un sueño o un estado imaginario. Este ambiente tiene dos espacios diferenciados: un jardín en el que los cuerpos de las mujeres representan estatuas y se sostienen unas a las otras y el interior de una casa repleta de lujo que disfrutaban las mujeres y que han conseguido ellas mismas. En todo el decorado predomina el color rosa como símbolo de feminidad, pero corresponde a un espacio idílico, sin connotaciones negativas; es un espacio apacible y amable, aunque no frágil. Esta ambientación contrasta con la de *Confíésalo*, en la que también predominan los tonos rosas asociados a la feminidad. En este caso, el color rosa del espacio corresponde a las imágenes en las que aparece la mujer, pues el ambiente del hombre está transformado con grafitis en los que destaca el color negro. Así, mientras que ella parece estar inmersa en una nube rosa, delicada y dulce, él se ubica en un espacio *underground*, urbano y más agresivo, por lo que se refuerzan los estereotipos de heterosexualidad patriarcal.

Los entornos urbanos, por su parte, suelen estar decorados con atrezo de estética pandillera, común en la imagen de los artistas masculinos. De este modo, los espacios sucios, clandestinos y peligrosos dejan de ser exclusivos de los hombres y se asocian al género urbano con independencia de quién sea el cantante. En definitiva, se observa que, a rasgos generales, la puesta en escena espacial atiende al contexto del género musical y de cada canción en particular, al igual que ocurre en el estudio de Pérez Ruffi sobre los videoclips dirigidos por Diane Martel, en los que «el clima visual varía en función del tono de la canción, del género musical y del mensaje último que se pretende transmitir, acorde en la mayor parte de los casos con el contenido textual de las letras que se interpretan» (2017, p. 220).

2.1. DE QUÉ HABLAN LAS MUJERES. TEMÁTICAS DEL REGUETÓN FEMENINO

Gallucci (2008) distingue cuatro temas principales en las canciones de reguetón en relación con las mujeres, con independencia del género del artista. Destaca, en primer lugar, la mujer seductora y provocativa, un arquetipo con la contrapartida de

la de mujer infiel a su hombre, que supone el segundo tipo de representación posible. La tercera temática corresponde a la mujer víctima de un hombre y, por último, la mujer anhelada para una relación romántica. Con el análisis narrativo se ha comprobado que todos los temas señalados por Gallucci (2008) aparecen en las canciones de las mujeres reguetoneras. De las 15 canciones analizadas, 2 corresponden al motivo de la mujer deseada por otros, otras 2 al tema de mujer víctima de las acciones de un hombre, una al de mujer infiel y un total de 6, el 40%, al de mujer seductora. Sin embargo, hay que puntualizar que, en este último caso, hay que ampliar la etiqueta, pues en un par de ocasiones, las mujeres no solo representan el arquetipo de la seducción, sino que, además, muestran su fortaleza emocional y la independencia de los hombres.

En esta misma línea, consideramos oportuno añadir nuevas tipologías, como la de la mujer fuerte e independiente, categoría a la que corresponden 4 canciones, alcanzando el 26,6% de la muestra. En estas canciones, las mujeres defienden su autonomía y su sexualidad enfocada al placer propio. De esta manera, si se tienen en cuenta las modificaciones aplicadas al esquema de Gallucci (2008), el 40% de las canciones analizadas no responde a los tópicos habituales de las mujeres en el reguetón y ofrecen una perspectiva distanciada del sexismo patriarcal. A pesar de que el porcentaje no alcanza la mitad de la muestra, creemos que es suficientemente significativo para determinar un cierto viraje feminista en un género musical anclado en el machismo y la consecuente subordinación de las mujeres.

TABLA 4
Análisis de temáticas

Artista	Canción	Interpretación	Tema
Becky G	<i>Sin pijama</i>	Mixta M-M	Mujer seductora
Becky G	<i>La respuesta</i>	Mixta M-H	Mujer fuerte e independiente
Becky G	<i>Fulanito</i>	Mixta M-H	Mujer seductora
Becky G	<i>No drama</i>	Mixta M-H	Mujer seductora
Karol G	<i>Tusa</i>	Mixta M-M	Mujer fuerte e independiente
Karol G	<i>Culpables</i>	Mixta M-H	Mujer infiel
Karol G	<i>Bichota</i>	Individual	Mujer fuerte e independiente
Karol G	<i>El makinón</i>	Mixta M-M	Mujer fuerte e independiente
María Becerra	<i>Animal</i>	Mixta M-M	Mujer seductora y fuerte
María Becerra	<i>Confíesalo</i>	Mixta M-H	Mujer deseada
María Becerra	<i>High</i>	Individual	Mujer víctima
Natti Natasha	<i>Quién sabe</i>	Individual	Mujer infiel
Natti Natasha	<i>Ram Pam Pam</i>	Mixta M-M	Mujer seductora y fuerte
Natti Natasha	<i>Oh Daddy</i>	Individual	Mujer víctima
Natti Natasha	<i>Qué mal te fue</i>	Individual	Mujer deseada

Fuente: elaboración propia.

3. Conclusiones

El análisis de los estereotipos de género en la representación audiovisual de las canciones de reguetón femenino revela que las mujeres reproducen la mayoría de las imágenes sexualizadas que abundan en los vídeos de reguetón. No obstante, se ha señalado que casi la mitad de las canciones ofrece una nueva perspectiva en la que la erotización de la mujer está asociada a su liberación sexual y al goce autónomo del placer.

Coincidimos con Martínez Noriega (2014) en afirmar que el problema no es la representación de la sexualidad, sino al servicio de quién está esta imagen y la finalidad que persigue. Sin embargo, a menos que obtengamos el testimonio directo de las artistas, no es posible conocer la intencionalidad con la que proyectan su imagen, por lo que debemos limitarnos a reflexionar sobre el significado de los códigos audiovisuales de los que se valen para construir un imaginario que refleja e influye en los valores sociales de un momento determinado.

En este sentido, resulta conveniente aproximarse críticamente a estudios como el de Piñón Lora y Pulido Moreno, quienes aseveran que el reguetón es «un género musical en el cual no se le guarda respeto [a la mujer] y es discriminada, atentando contra su integridad, su físico e incluso su capacidad de raciocinio» (2020, p. 48). Algo similar ocurre cuando Monedero Morales (2020) afirma que, en el reguetón, la imagen de la mujer funciona como reclamo «tanto para el consumidor masculino heterosexual como para otras mujeres que la toman como modelo de éxito» (2020, p. 17), lo que supone una negación del deseo homosexual femenino y una concepción pasiva de las audiencias, según el modelo escópico de la mirada masculina (Mulvey, 1989). Estas afirmaciones se basan en una visión negativa de la sexualidad de las mujeres, que tradicionalmente se ha visto limitada a la función reproductiva. No obstante, la transformación demográfica y los logros del movimiento feminista han influido en el cambio de paradigma para las mujeres, cuyo papel social no está ya limitado a la capacidad biológica de la reproducción, que puede ser controlada gracias a los avances médicos. Esta idea guarda relación con el concepto de revolución reproductiva, el cual refiere «un giro radical en la identidad femenina, ya que, al separarse la sexualidad y la reproducción, aparece una nueva dimensión de la vida que antes estaba sumergida dentro del proyecto materno: el erotismo como práctica en sí misma» (Fuller, 2001, p. 227). Por tanto, la sexualidad empieza a ser reconocida como una capacidad presente también en las mujeres y su satisfacción es «sinónimo de salud psíquica» (Fuller, 2001, p. 228).

Del mismo modo, la temática sexual no es exclusiva del reguetón, pues, según algunos estudios, actualmente «el 29,6% de los videoclips *mainstream* contienen expresiones de afecto relacionadas con el amor, por un 55,5% relacionadas con el sexo. El placer sexual, directa o indirectamente, es la temática preferente en la producción

actual» (Illescas-Martínez, 2017, p. 93). De esta forma, la atracción sexual y la cosificación de los cuerpos son herramientas de venta para convertir el producto audiovisual en mercancía deseable y fomentar el consumo. Además, en general, los estereotipos de género que definen la presencia femenina se centran en aspectos naturales ligados a la fertilidad y la voluptuosidad corporal de zonas consideradas erógenas (Viera Alcazar, 2018). Esta caracterización sexista no impide que la conducta de las mujeres desafíe el orden patriarcal, pero, entonces, pueden ser calificadas como mujeres peligrosas.

En los videoclips de reguetón femenino abundan las mujeres que representan personajes con roles activos, capaces de iniciar la acción y de propiciar el avance de la historia, incluso cuando se narra un encuentro de tipo sexual con un hombre. La representación del cuerpo coincide en casi todos los casos con los estereotipos del reguetón tradicional: las mujeres visten prendas atrevidas, que muestran gran parte de sus cuerpos y enfatizan la imagen erótica del imaginario patriarcal. Además de la visión masculina del cuerpo femenino, las artistas adoptan los símbolos de poder asociados a los hombres, principalmente, joyas y coches de lujo, por lo que ocupan una posición que antes les estaba vetada. Así, aunque visualmente hayan interiorizado la imagen de objeto sexual, las mujeres también son sujetos en el discurso audiovisual y conquistan espacios considerados como masculinos.

Es innegable que en los últimos años se ha reflejado una considerable liberación sexual de las mujeres. No obstante, este logro debe ser escrutado desde la crítica capitalista para determinar si el cuerpo liberado de las mujeres no es más que otro reclamo para el consumo. Debemos considerar que el entramado en el que se inserta la industria musical es necesariamente patriarcal, ya que responde a la estructura social actual. Así, aunque la intención última de la artista no sea mostrarse como objeto de consumo, la exhibición del cuerpo sigue siendo un mecanismo de venta y las actitudes ligadas al sexo proporcionan más visualizaciones que otro tipo de representaciones. Llegados a este punto, quizá la cuestión sea si mostrar el cuerpo de forma sexualizada debe conllevar siempre interpretaciones negativas, ya que negar la agencia de las propias artistas para decidir sobre su imagen de venta sería otra forma más de infantilizarlas y retratarlas como permanentes víctimas del sistema.

Referencias bibliográficas

- Álvarez Trigo, L. (2020). Bad Bunny perrea sola. The gender issue in reggaeton. *PopMeC research blog. The US representation in popular media and culture.*
- Aubrey, J. V. y Frisby, C. M. (2011). Sexual Objectification in Music Videos: A Content Analysis, Comparing Gender and Genre. *Mass Communication and Society*, 14, 475-501. <http://dx.doi.org/10.1080/15205436.2010.513468>

- Belmonte, J. y Guillamón, S. (2008). Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV. *Comunicar*, 31(XVI), 115-120. <https://doi.org/10.3916/c31-2008-01-014>
- Carballo Villagra, P. (2006). «Reggaeton» e identidad masculina. *Cuadernos Intercambio sobre Centroamérica y el Caribe*, 3(4), 87-101.
- Casetti, F. y Di Chio, F. (2009). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Dávila Ellis, V. (2018). Acelerando la feminidad en el «reggaeton»: *La chapa que vibran* de La Materialista. *Umbral*, 12, 59-66.
- Díaz Fernández, S. (2021). Subversión, postfeminismo y masculinidad en la música de Bad Bunny. *Revista de Investigaciones Feministas*, 12(2), 663-675.
- Fuller, N. (2001). Maternidad e identidad femenina: relato de sus desencuentros. En Donas Burak, S. (comp.), *Adolescencia y juventud en América Latina* (pp. 225-242). Costa Rica. Libro: Universitario Regional.
- Gallucci, M. J. (2008). Análisis de la imagen de la mujer en el discurso del «reggaeton». *Opción* 24(55), 84-100. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31005506>
- García Pérez, J. (2022). Hacia una delimitación de la construcción discursiva de la mujer en las cantantes de reguetón. En Brenes Peña, E.; Fuentes Rodríguez, C. y C. Prestigiacomo (eds.), *Estrategias comunicativas, proyección de imagen y género* (pp. 273-298). Palermo: Palermo University Press.
- González Piedra, I. (2021). Del realismo capitalista al trap socialismo: la estética del perreo combativo. *Iberoamérica Social*, 9(XVI), 109-127.
- Guarinos, V. (2012). Estereotipos y nuevos perfiles de mujer en la canción de consumo. De la romántica a la mujer fálica. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 7, 297-314.
- Illescas-Martínez, J. E. (2017). El contenido del videoclip dominante como reproductor cultural e ideológico. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(2), 85-104. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.2.6>
- Machaen López, L. E.; Carrillo Torres, P. A. y Quiroz García, E. (2020). Análisis del consumo hedonista del reguetón en mujeres *millennials* del estado de Jalisco. *Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 9(18), 235-253. <https://doi.org/10.23913/ricsh.v9i18.224>
- Martínez Noriega, D. A. (2014). Música, imagen y sexualidad: el «reggaeton» y las asimetrías de género. *El Cotidiano*, 186, 63-67. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32531428010>
- Millet, K. (1995 [1969]). *Política sexual*. Madrid: Cátedra.
- Monedero Morales, C. R. (2020). Una propuesta para el análisis de los estereotipos femeninos en los videoclips de «reggaeton». Caso práctico de los cuatro vídeos más vistos en 2018 en YouTube. *VISUAL Review. Revista Internacional de Cultura Visual*, 7(1), 13-26. <https://doi.org/10.37467/gka-revvisual.v7.2280>
- Mulvey, L. (1989). *Visual and other pleasures*. Palgrave.
- Negrón-Muntaner, F y Rivera, R. Z. (2009). Nación «reggaeton». *Nueva Sociedad*, 223, 29-38.

- Pangol, M. P. (2018). Reggaeton and Female Narratives. *Student Publications*, 647. https://cupola.gettysburg.edu/student_scholarship/647
- Pérez Rufi, J. P. (2017). Mujeres en el videoclip: la representación de la mujer en los vídeos musicales de Diane Martel. *Revista Prisma Social*, n.º especial 2, 202-232. <https://revistaprismasocial.es/article/view/1550>
- Pericot, J. (2002). *Mostrar para decir: la imagen en contexto*. Barcelona: Bellaterra.
- Piñón Lora, M. y Pulido Moreno, A. (2020). La imagen de la mujer en el «reggaeton»: un análisis crítico del discurso. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 38, 45-77.
- Platt, S. V. (2018). Nociones de género, música urbana y cultura popular: cómo el fenómeno Bad Bunny está redefiniendo la masculinidad. *1.º Coloquio sobre Hombres y Masculinidades*. Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras.
- Rodríguez, N. S. (2022). The machismo conflicto of Bad Bunny's Yo Perreo Sola in Reggaeton. En Pompper, D. (ed.), *Rhetoric of Masculinity. Male Body Image, Media, and Gender Role Stress/Conflict* (pp. 183-202). Lexington Books.
- Rodríguez-López, J. (2016). Audiovisual y semiótica: el videoclip como texto. *Revista Signa*, 25, 943-958. <http://dx.doi.org/10.5944/signa.vol25.2016.16949>
- Rodríguez-López, J. y Sedeño-Valdellós, A. (2017). El videoclip y la comunicación socio-política: el mensaje reivindicativo en el vídeo musical. *Vivat Academia*, 138, 1-15. <http://dx.doi.org/10.15178/va.2017.138.1-15>
- Roncero-Palomar, R. (2017). Antivideo, resistencia al imperativo publicitario. Definición y clasificación. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(2), 105-118. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.2.7>
- Serrano-Barquín, C.; Serrano-Barquín, H.; Zarza-Delgado, P. y Vélez-Bautista, G. (2018). Estereotipos de género que fomentan violencia simbólica: desnudez y cabellera. *Revista Estudios Feministas*, 26(3), 1-14. <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2018v26n344848>
- Suárez Viñuela, E. (2011). El análisis del gesto audiovisual en el videoclip desde la perspectiva de género: el caso de «The voice within» de Christina Aguilera. En Ramírez Almazán, M. D. (ed.), *In corpore dominae: cuerpos escritos/cuerpos proscritos* (pp. 285-304). España: Arcibel Editores.
- Urdaneta García, M. (2010). El «reggaeton», invitación al sexo. Análisis lingüístico. *Temas de comunicación*, 27, 141-160.
- Viera Alcazar, M. (2018). Feminismo, juventud y «reggaeton»: cuando las mujeres cantan y perrean. *VITAM Revista de investigación en humanidades*, 4(3), 36-57.