



Perfiles educativos

ISSN: 0185-2698

ISSN: 2448-6167

Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación

Díez-Gutiérrez, Enrique-Javier; Muñiz-Cortijo, Lucía-María
Educación reguetón. ¿Educa el reguetón en la desigualdad?
Perfiles educativos, vol. XLV, núm. 179, 2023, Enero-Marzo, pp. 8-20
Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto
de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación

DOI: <https://doi.org/10.22201/issue.24486167e.2023.179.60295>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13275480002>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Educación reguetón

¿Educa el reguetón en la desigualdad?

ENRIQUE-JAVIER DÍEZ-GUTIÉRREZ* | LUCÍA-MARÍA MUÑIZ-CORTIJO**

En esta investigación se analizan los valores y visión sobre la igualdad que transmiten las canciones de reguetón, dada su influencia en el alumnado adolescente en edad escolar, desde una perspectiva de género. Mediante la metodología de análisis crítico del discurso (ACD) y utilizando el *software* Maxqda, se analizaron los textos de las 64 canciones de reguetón con más éxito durante el año 2020, compuestas y cantadas por hombres, para saber si contribuyen a potenciar la igualdad entre hombres y mujeres o, por el contrario, refuerzan los estereotipos sexistas. Aunque en la discusión se contrastan los resultados del análisis con otros enfoques y posturas, se concluye que el reguetón más comercial reproduce los estereotipos más tradicionales del machismo. Se considera necesario que los espacios educativos incorporen una mirada crítica de estos productos de la industria cultural que influyen poderosamente en la juventud y establecen parte de sus referentes y valores.

This research analyzes the values and vision on gender inequality transmitted through reggaeton songs, given their influence on the teenage-aged student body. Through Critical Discourse Analysis (CDA) methodology and through Maxqda software use, we analyzed the text of 64 of the most successful reggaeton songs of 2020, composed and sung by men. We sought to discover whether they were advancing equality between men and women or whether, on the contrary, they were reinforcing sexist stereotypes. Though this discussion compares the results of our analysis with other approaches and outlooks, we've concluded that commercial reggaeton portrays the most traditional stereotypes of machismo. We consider it imperative for educational spaces to incorporate a critical outlook on these products of our cultural industry, since they can powerfully influence our youth and establish their references and values.

Palabras clave

Educación para la igualdad
Educación en valores
Música
Reguetón
Masculinidad

Keywords

Education on equality
Values education
Music
Reggaeton
Masculinity

DOI: <https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2023.179.60295>

Recepción: 3 de marzo de 2021 | Aceptación: 22 de mayo de 2022

* Profesor titular de la Universidad de León (España). Doctor en Ciencias de la Educación. Líneas de investigación: política educativa e igualdad. Publicaciones recientes: (2020), *La educación en venta*, Barcelona, Octaedro; (2020, con Juan Ramón Rodríguez Fernández, dir.), *Educación para el bien común. Hacia una práctica crítica, inclusiva y comprometida socialmente*, Barcelona, Octaedro. CE: ejdieg@unileon.es. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3399-5318> y <https://orcid.org/0000-0002-7280-1304>

** Miembro del grupo "Investigación educativa y justicia social" en la Facultad de Educación de la Universidad de León (España). Máster universitario en formación del profesorado. Línea de investigación: educación social. CE: lucia.m1992@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7280-1304>

INTRODUCCIÓN¹

Desde que nació el reguetón de la mano del rapero de Puerto Rico, Vico C, en los años ochenta, se ha extendido por todo el mundo. La tendencia global indica que lo más escuchado en español es reguetón (Merlyn, 2020). Decenas de millones de chicos y chicas en todo el mundo, la mayor parte en edad escolar, corean sus canciones con ritmos muy pegajosos.

En 2017 se inició una campaña en Colombia, impulsada por la fotógrafa profesional colombiana Lineyl Ibáñez y un grupo de estudiantes de Diseño Visual de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, con el lema “Usa la razón, que la música no degrade tu condición”, que se volvió viral en Facebook. El video alertaba sobre el contenido de las letras de reguetón con imágenes impactantes creadas por estos estudiantes, y se preguntaba cuál podría llegar a ser el impacto en las actitudes de los jóvenes después de unos cuantos años de escuchar estos mensajes.

A partir de ello, nos pareció importante abordar este estudio desde el ámbito de la educación, porque la música es una fuente de socialización (De Toro, 2011) y un referente del proceso identitario en la juventud: “la música, como agente de socialización, siempre ha tenido un poder y una vocación educativa importante que ha sido fundamental para la construcción social de identidades y estilos culturales e individuales” (Gómez y Pérez, 2016: 194). La música tiene una estrecha vinculación con las emociones y está ligada al proceso de inserción social en la adolescencia y la juventud; el tipo de lenguaje que se utiliza, las modas y costumbres influyen en la propia imagen. Además, a través de sus mensajes las canciones ofrecen una visión del mundo, transmiten valores, ideales, generan modelos e ídolos que, por estar ligados a la emoción, calan profundamente e influyen poderosamente en el comportamiento y las actitudes

de adolescentes y jóvenes (Merlyn, 2020; Prieto-Quezada y Carrillo-Navarro, 2019). A continuación, se expone y explica la finalidad de la investigación, así como la metodología y los instrumentos de análisis utilizados, la muestra y el procedimiento de investigación.

METODOLOGÍA Y PROCESO DE INVESTIGACIÓN

El objetivo de la investigación es analizar los textos y letras de las canciones de reguetón, compuestas y cantadas por hombres, que han sido las más escuchadas durante el año 2020, para indagar qué tipo de valores tienden a transmitir en torno a la igualdad entre hombres y mujeres, en el imaginario de las personas que las escuchan.

Las preguntas de investigación abordan: a) los temas sobre los que se centran las letras de las canciones respecto a la relación entre hombres y mujeres; b) las concepciones sobre la igualdad entre hombres y mujeres que subyacen a esos temas; y c) qué valores y visión de la igualdad expresan.

La metodología de investigación utilizada, enmarcada en un enfoque cualitativo, es el “análisis crítico del discurso” (en lo sucesivo, ACD) de Fairclough (2008), una de las perspectivas de trabajo que más está contribuyendo actualmente al análisis crítico del lenguaje en su utilización por los medios sociales y culturales (Martínez Lirola, 2022). Esta perspectiva metodológica fue seleccionada por su utilidad en el contexto discursivo de los textos de las canciones, y por las posibilidades que brinda para el análisis desde un enfoque educativo (Guarro *et al.*, 2017; Rogers *et al.*, 2005; Thomas, 2005), para revelar el discurso ideológico sobre la igualdad que subyace en la música reguetonera (Palacios Díaz, 2020).

El proceso desarrollado para aplicar el ACD fue el siguiente: 1) se seleccionaron y transcribieron las letras de las canciones de reguetón más

¹ Esta investigación está vinculada al proyecto I+D+i nacional denominado “Ecologías del aprendizaje en contextos múltiples: análisis de proyectos de educación expandida y conformación de ciudadanía”. Referencia del proyecto: EDU2014-51961-P. I+D+i nacional financiada con 60,000 euros.

escuchadas durante 2020, que son compuestas y cantadas por hombres; 2) se identificaron y describieron aquellos temas más reiterados sobre la igualdad que aparecían en ellas; 3) los temas se agruparon en categorías de análisis; 4) se generó a continuación una interpretación intertextual de las categorías seleccionadas; y 5) se desarrollan los puntos en común de dichas categorías con el contexto socioeducativo y su influencia en la trasmisión de valores.

La selección de la muestra de las letras de las canciones que se utilizaron se hizo en función de su popularidad, es decir, cuáles eran

las más escuchadas en la radio (en concreto, en la cadena musical más escuchada por los jóvenes en España: Los 40 Principales), en las *apps* de música (en nuestro contexto la más utilizada es Spotify) y en las redes sociales (la red social que más se utiliza para ver y escuchar videoclips musicales es Youtube).

En total se seleccionaron y transcribieron las letras de 64 canciones que fueron las más escuchadas durante el periodo delimitado previamente para este estudio: de enero a octubre de 2020. En el Cuadro 1 se puede ver el listado de las canciones analizadas.

Cuadro 1. Listado de canciones analizadas

Título	Intérprete/s	Año	Título	Interprete/s	Año
<i>Cuatro babys</i>	Maluma	2016	<i>Un día (One day)</i>	J. Balvin con Dua Lipa, Bad Bunny y Tainy	2020
<i>Agárrala pégala azótala</i>	Trébol Clan	2004	<i>Despeinada</i>	Ozuna y Camilo	2020
<i>Árabe</i>	Kiubbah Malon con Many Malon y Jose Victoria	2017	<i>ADMV</i>	Maluma	2020
<i>Candy</i>	Plan B	2014	<i>Si se da (remix)</i>	Myke Towers con Farruko, Arcangel, Sech y Zion	2019
<i>Chulo sin h</i>	Jowell y Randy con De la Ghetto	2013	<i>La difícil</i>	Camilo	2020
<i>Como llora</i>	JuanFran	2020	<i>Quizás</i>	Sech con Rich Music... y Feid	2020
<i>Contra la pared</i>	Jiggy Drama	2010	<i>Relación</i>	Sech	2020
<i>Ella quiere hmm...</i>	Leka El Poeta con Mishelle "Master Boy"	2014	<i>Relación (remix)</i>	Sech con Daddy Yankee, J. Balvin, Rosalía y Farruko	2020
<i>En la cama</i>	Daddy Yankee	2001	<i>Madrid</i>	Maluma con Myke Towers	2020
<i>Honey Boo</i>	CNCO con Natti Natasha	2020	<i>Una locura</i>	Ozuna con J. Balvin y Chenchó Corleone	2020
<i>La cama</i>	Lunay con Myke Towers... y Rauw Alejandro	2019	<i>Ocean</i>	Karol G	2019
<i>La groupie</i>	De la Ghetto con Ñejo... y Nengo Flow	2014	<i>Diablo en mujer</i>	Yandel con Myke Towers, Natti Natasha y Darell	2020
<i>La ocasión</i>	La Ghetto	2016	<i>Te Bote (remix)</i>	Bad Bunny con Casper... y Ozuna	2018
<i>Mayores</i>	Becky G con Bad Bunny	2019	<i>Vuelve</i>	Sebastián Yatra con Beret	2019
<i>Me gusta</i>	Shakira con Anuel AA	2020	<i>Cómo mirarte</i>	Sebastián Yatra	2017
<i>Propuesta indecente</i>	Romeo Santos	2013	<i>No puedo amar</i>	Omar Montes con Rvfv	2020
<i>Recuerdo</i>	Tini con Mau y Ricky	2020	<i>La Jeepeta</i>	Nio García con Bray... y Myke Towers	2020

Cuadro 1. Listado de canciones analizadas

(continuación)

Título	Intérprete/s	Año	Título	Interprete/s	Año
<i>Siente</i>	J-King y Maximan Ft Ñenjo Flow	2012	<i>No quiere amor</i>	Lenny Tavárez con Farruko... y Lito Kirino	2016
<i>Soy peor</i>	Bad Bunny	2016	<i>Ella y yo</i>	Don Omar con Romeo	2005
<i>Tumba la casa</i>	Daddy, Nicky Jam... y De la Ghetto	2015	<i>Llegará</i>	Myke Towers	2020
<i>Booty</i>	C. Tangana	2018	<i>Favorito</i>	Camilo	2020
<i>Culito nuevo 2</i>	Jerry Di con Micro TDH, Big Soto y Kobi Cantillo	2018	<i>Parce</i>	Maluma con Lenny Tavárez y Justin Quiles	2020
<i>Culo</i>	Pitbull	2004	<i>Canción con Yand</i>	Bad Bunny con Yandel	2020
<i>El Booty</i>	Wisín & Yandel	2004	<i>Quiéreme</i>	Farruko con Jacob Forever	2018
<i>Mueve esa nalga</i>	Defcom	2020	<i>El perdón</i>	Nicky Jam con Enrique Iglesias	2017
<i>Rebota</i>	Guaynaa	2020	<i>No hay nadie más</i>	Sebastián Yatra	2018
<i>Ay DiOs Mío!</i>	Karol G	2020	<i>Safaera</i>	Bad Bunny con Jowell & Randy y Nengo Flow	2020
<i>Not too much</i>	Don Omar y Zion	2006	<i>Diosa</i>	Myke Towers	2020
<i>Caramelo</i>	Ozuna con Karol G y Myke Towers	2020	<i>Gasolina</i>	Daddy Yankee	2010
<i>Caramelo</i>	Ozuna	2020	<i>Muévelo</i>	Nicky Jam con Daddy Yankee	2020
<i>Hawái</i>	Maluma	2020	<i>La pared 360</i>	Lenny Tavárez y Justin Quiles	2020
<i>Me rehúso</i>	Danny Ocean	2017	<i>Ayer me llamó mi ex</i>	Khea	2020

Fuente: elaboración propia.

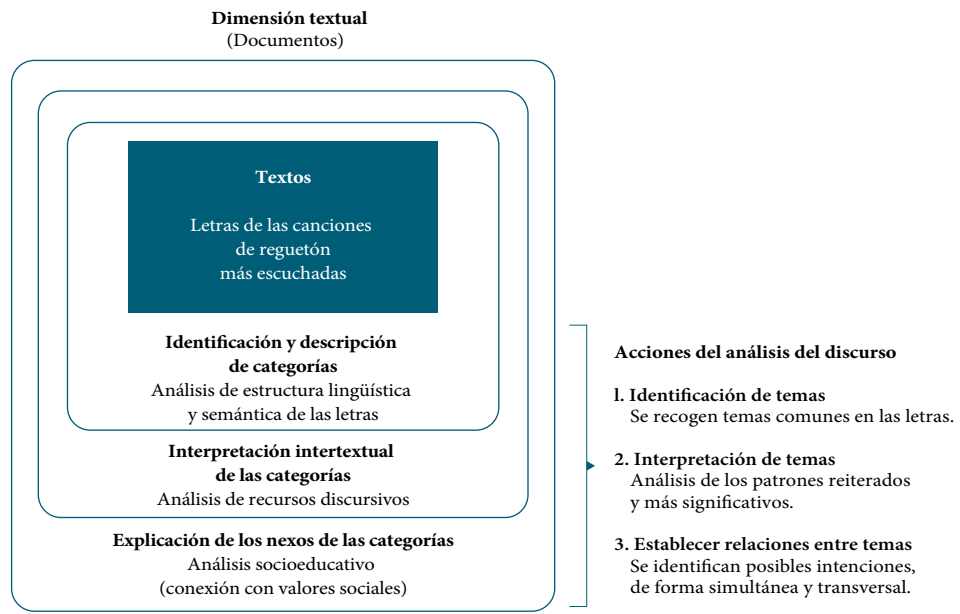
A los textos extraídos se les aplicó un análisis de tres dimensiones (Fairclough, 2008), como se ha comentado: a) identificación y descripción de categorías halladas; 2) interpretación de patrones reiterados entre las letras de las canciones; y 3) explicación de las relaciones entre categorías desde puntos de vista analíticos y críticos, como se representa en la Fig. 1.

En este proceso la herramienta de análisis MAXQDA 2020 facilitó la generación de significado a través del sistema de codificación de este programa (Kuckartz y Rädiker, 2019). Se seleccionaron los textos más significativos de las letras de las canciones relacionados con la

igualdad entre hombres y mujeres, organizados en grupos y segmentos, y se les asignó un código. Estos códigos son indicadores, etiquetas o categorías que permitieron asignar unidades de significado a la información descriptiva o inferencial compilada durante la investigación. De este modo, la codificación de la información permitió agruparla posteriormente en patrones recurrentes y categorías emergentes en el análisis para poder interpretarla y explicar sus relaciones desde un punto de vista analítico y crítico (Coryn *et al.*, 2014; Galán *et al.*, 2015).

Lo anterior nos permitió diseñar una matriz de análisis compuesta por 13 dimensiones (Fig. 2).

Figura 1. Modelo de análisis del discurso crítico aplicado en esta investigación



Fuente: elaboración propia.

Figura 2. Matriz de análisis y códigos en MAXQDA 2020 Analytics Pro

Sistema de códigos	
Mentirosas	5
Control y posesión	15
agresión sexual o violación	21
"media naranja"	8
Desprecio como dominio	5
"mala" o "bruja"	14
"maisplaning"	18
"fantasía sexual machista"	24
"tradicional genitalidad masculina"	13
"la mojada"	6
"esposas" y "zorras"	7
Mujer reducida a culo	26
Mujer como cuerpo	4

Fuente: elaboración propia.

Estas dimensiones se agruparon en seis categorías: 1) mujer como cuerpo; 2) santas y putas; 3) fantasía sexual machista; 4) *maisplaning*; 5) la cultura machista que, a su vez, engloba a las subcategorías directamente relacionadas con ella, como el control y la posesión, el desprecio como dominio, la expresión de misoginia a través de considerar a las mujeres como malas, brujas o mentirosas, e incluso

una cierta apología o, al menos, “blanqueamiento” de la cultura de la agresión sexual o la violación; y 6) el mito de la “media naranja”. Exponemos a continuación los resultados con base en este esquema.

RESULTADOS

Destaca la categoría “mujer como cuerpo”. Podemos constatar cómo con frecuencia la mujer no suele tener un nombre, sino que se refieren repetidamente a ellas como “cuerpo” y las definen o las nombran según sus características físicas: “tengo una rubia que tiene grande las tetas” (*La jeepeta*); “teta ‘bien grande’... las nalga ‘bien grande’... la chocha no sé, porque no la he visto” (*Safaera*); “una combi de nalga y tetita” (*La pared 360*); “en la teta y el culo tiene 10 mil pesos” (*No quiere amor*).

Los cuerpos descritos, por lo general, ponen de relieve su conformidad al canon de belleza proyectado por la fantasía sexual del “machismo tradicional” y se trasmite la idea de que las mujeres que cumplen ese “canon” son merecedoras de la atención de los hombres, lo

cual, a su vez, implica que adjudican automáticamente el valor de la belleza a determinado estereotipo de estética sobre la mujer (Benavides, 2007). Aunque hay que señalar que alguna vez se matiza explícitamente, justamente para alejarse del modelo de belleza tradicional: “tú eres perfecta, sin el 90-60-90” (*Favorito*).

El elemento más llamativo, en este sentido, es la reducción o identificación de la mujer con su “culo”, en una suerte de figura retórica o tropo que, como la sinécdoque, designa a la persona (o la reduce) a una de sus partes: “tú tiene’ un culo cabrón... Ese culo se merece to’... Yo quiero tirarme un *selfie* con esa ‘nalgota” (*Safaera*); “con ese culito me jukié” (*Quizás*); “ese culito me extraña” (*Madrid*); “mira cómo lo mueve esa culona” (*Mueve esa nalga*); “grande ese culo... Los culos los quiero sin celulitis” (*La groupie*); “probaste con otro culito, pero al final no te resultó” (*Qué mal te fue*). Se denomina con su término adaptado en inglés, “*booty*”: “chócale el *booty*...” (*El booty*); “voy a hacer que te reviente ese *booty*” (*La groupie*); “ese *booty* que tú tiene’, baby, es un arma... rebota to’a esas nalga” (*Muévelo*); “un culito así en eBay no lo consigo” (*Ayer me llamó mi ex*).

Además de referirse a las mujeres según su aspecto o sus características físicas, también se las suele clasificar en la doble condición en las que las sitúa el machismo tradicional y que hemos caracterizado como segunda categoría: “esposas” o “zorras”. Unas que “son otra cosa”, las que “hay que tener como esposa”: “oye, no hay ni qué decirlo, mami, tú eres otra cosa. Las mujeres como tú son las que hay que tener de esposa... Cuando otra me habla, se pone celosa” (*Diosa*). Mientras que las “zorras” son con las que se anda cuando se deja a las primeras: “la dejaste sola mi pana, te lo dije que por andar con zorras...” (*Cómo llora*). Parecen recuperar la moral hipócrita del siglo XIX, revestida con música pegadiza, que normaliza esta clasificación: “bebiendo jodiendo en un club y en hoteles rompiendo colchones... aquí todos estamos casados, pero en secreto tenemos mujeronos” (*Árabe*).

Aquellas que “andan sueltas” son clasificadas como “putas”, a disposición de los hombres: “tú andas suelta, finísima, riquísima soltera, solicitada y pa’ colmo, putísima” (*Si se da*); “má’ puta que Betty Boop... Este año no quiero putilla” (*Safaera*); “y e’ que tú ere’ bien suci (yo sé). Pero me encanta que sea’ puti (yo sé)” (*Tussi*).

Establecen así una “clasificación” entre las que tienen precio y las que tienen valor. A las que “tienen valor” se les puede ser “fieles”, porque ellas ya se sitúan “en otro nivel”: “baby, ese todo lo aprecio. Porque tú tienes valor. Pero muchas sólo tienen precio... Contigo puedo ser fiel (uah). Tú estás en otro nivel, baby” (*Don don*). Es el retorno político-cultural del machismo más rancio y la moral hipócrita propia del siglo XIX (Federici, 2020).

La tercera categoría hace referencia a la fantasía sexual machista tradicional, reducida a la genitalidad masculina heterosexual y a la proyección de las fantasías sexuales masculinas que la pornografía suele difundir: “que lo tengo grande... súbete en el palo, ven, lúcete, no me hagas perder el tiempo... te lo pongo en la boca y después te lo voy a meter... Yo te exploto la tráquea...” (*La ocasión*); “la toco rápido... Se lo entro rápido, y se lo saco rápido” (*La groupie*). Donde la “capacidad” de tener relación sexual con varias mujeres simultáneamente es una medida de “hombría”: “estoy enamorado de cuatro *babys*, siempre me dan lo que quiero” (*Cuatro babys*); “yo tengo una mora que me enamora, tengo una gitana que llama a deshora y tengo una paya que cuando la veo llora” (*No puedo amar*).

A esta exaltación de la potencia sexual del varón se asocia la sumisión de la mujer: “desde que yo se lo metí, ya no sale de mi casa y me dice que nunca la habían puesto tan bellaca... Tiene el totito de nena de quince... Me lo saca y le pega la trompa... En todas las poses conmigo te vienes... Desde que está conmigo es otra mujer. Sólo quiere sexo y prender” (*No quiere amor*); “chingan cuando yo les digo, ninguna me pone pero” (*Cuatro babys*); “entonces, yo te voy a dar tanto que va’ a terminar

diciendo: ya no más” (*Si se da*). Por supuesto, “nunca se niega” (*La jeepeta*).

Es tal el mito de la “potencia sexual” masculina que con sólo acercarse ella ya está “mojada”: “se te humedeció. Cuando te toqué, *baby*, yeh-yeh” (*Don don*). Este mito de la “mujer mojada” se repite con frecuencia: “sólo hemos hablao’ y te siento muy húmeda” (*Despeinada*); “me dio un beso y le sentí allá abajo la humedad” (*Si se da*); “caliente y yo la mojé” (*Diablo en mujer*). De forma que creen que esa potencia viril los hace “inolvidables”, y ponen en cuestión lo que dice una mujer (“no es no”), porque no es posible que ella los olvide: “según las redes me olvidaste, pero ese cuento, ¿quién te lo cree?” (*Madrid*).

Parecen incluso recuperar estereotipos y mitos relacionados con las actitudes sexistas del machismo más primitivo, como la exaltación de la “virginidad” de las mujeres o el que son los hombres quienes con su relación sexual “hacen a las mujeres ser auténticas mujeres”: “se ve que él te trata bien, que es todo un caballero. Pero eso no cambiará que yo llegué primero” (*Hawái*).

Por otra parte, se insiste en proyectar la sexualidad machista tradicional sobre el comportamiento y los deseos de la mujer: “me pide que le hable con autoridad... entonces, yo te voy a dar tanto, que va’ a terminar diciendo: ya no más” (*Si se da*); “es medio masoquista y le gusta por detrás” (*Quizás*); “tus ojos están pidiendo que te meta con el látigo” (*La groupie*). Es muy frecuente escuchar letras que dejan claro que son ellos los que saben qué es “lo que ellas quieren” y que coincide, por supuesto, con su forma de entender la sexualidad como simple uso genital: “quiere un macho que la atienda” (*No quiere amor*); “quiere que yo se lo meta” (*La jeepeta*); “pasan las horas y más, me pide más, no se cansa, parece no tener final” (*Una locura*).

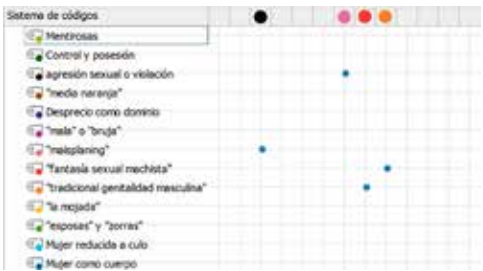
Lo cual entronca con una cuarta categoría, que es la que Solnit (2018) caracterizó en el libro titulado *Los hombres me explican cosas* y que se ha denominado *mansplain*. Nos referimos al hábito de la masculinidad tradicional de

explicar cosas a las mujeres, con independencia de si se sabe algo del tema y usando un tono paternalista y condescendiente: “yo sé muy bien lo que quiere y lo que busca” (*Ella quiere hmm... aa... hmm*). Cuando una mujer está con otro, le explican que lo que está haciendo es “actuar”, pero que realmente no es feliz con él: “actúas bien ese papel, *baby*, pero no eres feliz con él” (*Hawái*). Es más, le explica que lo que está haciendo es mentirse a sí misma para darle celos a él: “deja de mentirte. La foto que subiste con él, diciendo que era tu cielo. Bebé, yo te conozco tan bien, sé que fue pa’ darme celos” (*Hawái*).

Así se repite una y otra vez en las canciones: “sé que tú quieres estar conmigo” (*Despeinada*); “yo sé que tú te mueres por mí... Yo sé que en tu cama, cuando estás sola, piensas en mí... Yo sé lo que sientes, no te hagas la difícil... No me lo niegues” (*La difícil*); “yo sé que él te parece mejor, pero yo estoy en tu corazón” (*El perdón*).

El *mansplaining*, como se puede observar en la Fig. 3, suele aparecer en las mismas canciones en las que aparecen situaciones de control, dominio e incluso agresión sexual. Con ello se justifica el control por su bien, por su protección, porque las mujeres son tan insensatas que se hacen daño a sí mismas si no están con ellos.

Figura 3. Relaciones entre códigos en el análisis en Maxqda



Fuente: elaboración propia.

En la quinta categoría, denominada como “cultura machista”, englobamos varias subcategorías directamente relacionadas con ella,

como el control y la posesión, el desprecio como dominio, la expresión de misoginia a través de considerar a las mujeres como malas, brujas o mentirosas, e incluso una cierta apología o, al menos, “blanqueamiento” de la cultura de la agresión sexual o la violación, que parece inducir a normalizar o banalizar lo anormal.

Aparece normalizado el control y juicio sobre cómo visten las mujeres: “¿cómo te pusiste eso’ jeans?... No te puedo sacar ni al cine” (*Jeans*). Desde el control del móvil hasta la vigilancia sobre su comportamiento, pasando por preguntar por qué no hace lo que él quiere: “¿por qué no me diste tu celular cuando te lo pedí?... ¿por qué te haces la difícil?... ¿cómo saber si estás *online*, si no estás en mi celular” (*La difícil*). Que avanza hacia el aislamiento, alejándola de sus amistades: “deja a tus amigas allá atrás” (*Un día*); “maldita la mujer en que otra mujer confía” (*Candy*). El hombre se presenta, incluso, como víctima: “me estás matando”, “te haces la difícil”, etc. “Te estaba buscando, por las calles gritando, esto me está matando” (*El perdón*).

Todo lo anterior parece provenir de un manual de violencia de género que, además, se va profundizando cuando considera que ya le pertenece, que es su posesión: “no hay quien lo impida, vas a ser mía” (*Not too much*); “ella está pa’ mí” (*Caramelo*); “tú eres pa’ mí” (*Un día*); “tú eres mía” (*ADMV*). Es decir que, en definitiva, tiene dueño, como una posesión: “y aunque tiene dueño” (*Ella y yo*); “todavía eres mía” (*Si se da*).

Aparecen, por supuesto, los celos como expresión de control y posesión, pero cantados y vendidos como supuesto amor: “inigualable como la manera en que me cела” (*No hay nadie más*), normalizando finalmente el acoso de forma explícita: “sin saber a dónde vayas, te persigo” (*ADMV*). Y, cuando se siente rechazado, se introduce una apología de la “revancha” contra otras, hacia quienes se promete “ser peor”: “sigue tu camino, que sin ti me va mejor. Ahora tengo a otras que me lo hacen

mejor. Si antes yo era un hijueputa, ahora soy peor” (*Soy peor*).

Igualmente, la misoginia, el insulto y el desprecio se envuelven en el celofán de la música con un ritmo trepidante: “tú ere’ bien puta. Es lo que ella busca... cuando se convierte en puta... la puta me ha dejao con el picho pelao... que tu ere bien puta puta puta puta...” (*Siente*); “darte como una perra, como una cualquiera, jalarte por el pelo, agarrarte por el suelo, usarte como escoba, aúlla como loba... Uh me la chupa, me la soba, uh y la leche me la roba, ella se hace la más boba, malparida, piroba...” (*La groupie*); “se hace la boba, sabe lo que le conviene” (*Candy*).

Desprecio que se traduce en acusarlas de ser “malas” (casi por naturaleza), calificarlas de brujas o incluso relacionarlas con el demonio cuando actúan como a los hombres no les gusta: “mala sin portarse mal” (*Caramelo*); “que tú eres el diablo en mujer... Ella es Lucifer, versión femenina, y le hablan de maldad y se anima” (*Diablo en mujer*). Son muchas las versiones de esta visión culpabilizadora de la mujer y victimista del hombre: “cara de ángel, pero maldita... Todo fue tu culpa, me saliste hijueputa. Me saliste media actriz, no sabía que eras astuta, babe” (*Parce*); “pero ella me cела por to’, me jode por to’, pelea por to’, por to’” (*Canción con Yandel*); “es culpa tuya, no es culpa mía” (*La difícil*). Ellas son “demonias”, “lucíferes” que van provocando: “cuando estamos solos, tú me miras y me provocas... Ella es Lucifer... la demonia convertirme... me provocas sin necesidad” (*La ocasión*). Son e inspiran maldad: “¿de dónde salió tanta maldad?” (*Me gusta*); “inspira maldad” (*Honey boo*).

Terminan por utilizar fórmulas que pueden ser consideradas como incitación a la agresión sexual y la violación: desde la retención “nadie se va de este cuarto, hasta resolver la bellaquera” (*La groupie*); o el rapto: “estoy que la secuestro y me la llevo de aquí ahora” (*Si se da*); “por mí, te secuestro y de aquí no te vas” (*Una locura*); hasta la justificación de la agresión sexual: “esta noche se vistió provocante, un vestido pa’ que

yo se lo levante” (*Si se da*); “si te faltó el respeto y luego culpo al alcohol, si levanto tu falda, me darías el derecho, a medir tu sensatez” (*Propuesta indecente*). Pasando por la violencia: “agarrala, pegala, azotala, pegala. Sacala a bailar que va a to’as” (*Agarrala pegala azotala*); “hasta en el piso he tenido que azotarte” (*La cama*); la violación “me viola, cada vez que me pilla sola” (*Tumba la casa*); “si sigues en esa actitud voy a violarte” (*Contra la pared*); o la normalización del maltrato: “a ella le gusta el maltrato, pero no el que tú le daba” (*Relación*); “gracias al maltrato, se puso bella” (*Relación*); “me eché to’ los poderes pa’ maltratarte” (*La cama*); “si nunca te duele, no te hará feliz” (*Vuelve*).

Finalmente, la sexta categoría que se ha puesto de relieve en el análisis es el mito de la media naranja, uno de los mitos del amor romántico basado en la creencia de que hay una pareja determinada que tenemos predestinada de algún modo, sin la cual no se puede vivir o ser realmente feliz. Aparece en muchas canciones de reguetón: “tú y yo fuimos uno” (*Hawái*); “me siento grande por ti, y aunque lo intentara, no podría sin ti. Toda mi felicidad es gracias a ti” (*Ocean*); “porque tú eres lo que yo necesito. Porque yo soy lo que tú necesitas” (*Favorito*). Mencionan estar hechos el uno para el otro, predestinados: “que tú, que yo, estamos hechos para estar los dos” (*Me rehúso*); aspecto que se manifiesta incluso de forma hiperbólica, aunque es algo que es frecuente también en muchas canciones que no son de reguetón: “yo me volví loca por ti... Yo me escapé hasta el fin del mundo contigo” (*Recuerdo*); “porque yo me muero, cuando tú no estás” (*Despeinada*). Estos mensajes transmiten que en una relación hay que hacer todo por la “media naranja”, especialmente no alejarse: “si fuiste mía, si yo fui tuyo, ¿por qué? Por qué te alejas” (*Vuelve*); y que tras ese encuentro predestinado ya no es posible ninguna otra alternativa: “después de mí ya no habrá más amores” (*Hawái*). Este mito contribuye a establecer que en una relación las preferencias, los gustos, las necesidades, e incluso las decisiones, dejan

de ser individuales, lo cual, ligado al también mito del “amor verdadero” que lo aguenta y lo perdona todo, sienta las bases de muchas relaciones de violencia de género.

DISCUSIÓN

El reguetón retoma lo más rancio del machismo revestido con ritmo pegajoso y contribuye así, actualmente, a profundizar el modelo sexista de una sociedad patriarcal. Las investigaciones coinciden en este sentido (Carballo, 2006; Cruz-Díaz y Guerrero, 2018; Gallucci, 2008; Penagos, 2012; Prieto-Quezada y Carrillo-Navarro, 2019; Ramírez, 2012; Urdaneta, 2010), al señalar que promueve las desigualdades de género, ofrece una visión de la mujer desvalorizada y cosificada, un objeto de deseo sexual incapacitado para tomar decisiones propias, con contenido muy relacionado con la hipersexualización de la mujer, el culto al cuerpo y la estereotipación de la mujer “siempre bella” para captar la atención de los hombres; un capital más de la violencia simbólica (Martínez, 2014; Martínez y Solís, 2021), donde las mujeres siguen apareciendo como “seres-para-el hombre” (De Beauvoir, 1958). Incluso cuando las canciones hablan de “amor” y de desamor, de relaciones sentimentales, parecen atribuir a la mujer la responsabilidad de que la relación salga bien (Trujillo y Yagual, 2020).

En síntesis, se puede decir que los hombres son quienes manejan y controlan la situación, piden, mandan y deciden, a diferencia de las mujeres, que son reducidas a instrumentos, objetos de placer que hay que aprovechar e incluso, si es necesario, castigar y azotar (De Toro, 2011). Las mujeres no tienen voz. En pocas ocasiones aparecen como personas con nombre propio, que toman sus propias decisiones, mismas que son aceptadas, o como personas en igualdad desde el punto de vista de los hombres; es decir, se las reduce a la condición de objetos.

Un agravante es que el reguetón, al ser una de las músicas más oídas por adolescentes

y jóvenes y transmitirse constantemente por medios y redes sociales, se ha convertido en uno de los grandes “educadores” de las nuevas generaciones, a un nivel que compite incluso con la escuela y la familia, los tradicionales agentes de socialización y educación.

Sus letras, junto a la cultura machista que reflejan, exaltan en ocasiones actitudes, comportamientos y mensajes que incitan y normalizan la violencia machista (Prieto-Quezada y Carrillo-Navarro, 2019). En la investigación titulada “Ni pobre diabla, ni Candy: violencia de género del reguetón” (Arévalo *et al.*, 2018), sobre las 70 canciones más populares de reguetón en América Latina entre 2004 y 2017, uno de los reyes del reguetón más conocidos, Maluma, resultó el más violento; su tema *Cuatro babys* tiene 44 menciones de violencia en cuatro minutos y medio. Además, estos investigadores concluyen que sólo 15.7 por ciento del total de las canciones estudiadas no hace alusión a algún tipo de opresión.

La polémica desatada por la petición en Change.org para que se retirara la canción y el videoclip *Cuatro babys*, argumentando que “normaliza el machismo, el cumplimiento de las fantasías masculinas y el sometimiento a las mismas por parte de la mujer, descrita como mero cuerpo sin valor, intercambiable y absolutamente disponible al servicio del deseo sexual ilimitado del hombre”, dio lugar a preguntarse socialmente qué hacer en torno al reguetón y debatir si es un tipo de apología del sexismo o si es sólo un producto más de una sociedad marcada por valores sexistas y machistas.

Cuatro años después este estilo musical, que ha logrado tal arraigo en jóvenes y adolescentes y es tan reproducido en los medios de comunicación masiva, presenta un lenguaje, unos contenidos y unos valores con capacidad performativa (Alario, 2021; Butler, 2005) que cuestionan de raíz los avances en materia

de igualdad entre hombres y mujeres, al reducir y limitar en sus letras el papel del hombre, de la mujer, de la sexualidad y del cuerpo, de manera implícita y explícita, a estereotipos que vuelven a educar a las jóvenes generaciones en la aceptación y normalización del sexismo (De Toro, 2011).

CONCLUSIONES

Desde sus inicios el reguetón no ha dejado de ser un tema polémico, especialmente al ser un producto de alto consumo e impacto (Llanes *et al.*, 2019). Ciertamente, coincidimos con la mayoría de los autores y autoras revisados en el machismo primario que se desprende de las letras de las canciones del reguetón, la exaltación de la heterosexualidad machista y la violencia simbólica a través de la hiper-masculinidad hegemónica y la cosificación de las mujeres (Alario, 2021; Martínez y Solís, 2021; Segato, 2018). Pero también es necesario reconocer que esto mismo pasa también en una buena parte de otros géneros musicales de consumo masivo, que suelen pasar más desapercibidos.²

Hay quienes argumentan que la crítica al reguetón no deja de ser una maniobra de “*purple washing*”, es decir, utilizar argumentos feministas —como: “las letras son machistas”— para sostener ideas xenófobas y clasistas, pues, en el fondo, se trata de un rechazo a una música racializada, de clases bajas e inmigrantes (Ruiz-Navarro, 2019). Se plantea que “la sobresexualización de los cuerpos femeninos que participan en la producción de estos géneros musicales sirve como arma de resistencia” puesto que se “juega con los procesos de auto-objetivización como una estrategia para afirmar su pertenencia en un campo laboral dominado por los hombres”. Y se argumenta que así consiguen “subvertir el poder

² Desde Blurred Lines, que el estadounidense Robin Thicke interpretó en el Super Bowl (“él trató de domesticarte pero sos un animal, bebé, estás en tu naturaleza... sos la perra más caliente del lugar”), hasta el cantautor español Joaquín Sabina, o *Every breath you take*, de The Police, que reflejan procesos de acoso, vigilancia y control; así como los más clásicos y consagrados, como los Rolling Stones o The Beatles.

de representación que tienen las producciones masculinas” (Dávila, 2016: 62). Sin embargo, esta misma autora reconoce que son muy pocas las reguetoneras que han logrado fama internacional y que las mujeres que quieren triunfar como cantantes en el reguetón se ven obligadas a “utilizar su cuerpo y voz en un performance de sobresexualización femenina similar al que exhiben las producciones masculinas del reguetón” (Dávila, 2016: 63).

Otro aspecto a tener en cuenta es el denominado “perreo feminista” (Araña *et al.*, 2020; Arias, 2019) ya que se considera que el reguetón puede ser una herramienta propiamente feminista que empodera, subvierte, reapropia o resignifica políticamente (Arias, 2019; López, 2018), al apelar a frases llamativas: “mover el culo es un acto político” o “si no puedo perrear, no es mi revolución” (Fernández, 2017; Pereira y Soares, 2019; Samponaro, 2009). Monssus (2020) recuerda que hay un reguetón feminista, interpretado por el grupo argentino Chocolate Remix, que viene a reivindicar la sexualidad y el deseo femenino, a la vez que reafirma el perreo como una herramienta de goce propio, y no dedicado al hombre.

También es necesario señalar que, contrariamente a lo que hemos visto de forma más generalizada en las letras de reguetón analizadas, también aparecen textos y letras comprometidas y que reivindican valores y derechos sociales que la sociedad ha consagrado, como el cuidado del otro a lo largo de los años y en la vejez (ADMV, Maluma) o la familia (*Desahogo*, Nicky Jam), de los mismos cantantes que hemos analizado a lo largo del estudio.

Finalmente, no podemos minimizar el reguetón al afirmar que, aunque es patriarcal, también lo son la mayoría de las expresiones artísticas, pues el arte es un reflejo de la sociedad en la que vivimos, una sociedad patriarcal. Esto es cuando menos poco riguroso. Es cierto que el problema no es sólo el reguetón, sino una sociedad patriarcal que normaliza el sexismo, el machismo y la violencia contra las mujeres (Alario, 2021; Butler, 2005). Pero

el reguetón parece configurarse actualmente como una “estrategia de resistencia” a un discurso y a prácticas de una sociedad que avanza en la igualdad.

Durante la etapa educativa, los menores reciben una influencia muy marcada por el reguetón, cuyo consumo es continuo en el recreo y en los tiempos de ocio. Esta influencia a lo largo del tiempo puede perpetuar o alentar estas formas de relacionarse. Por eso en los espacios educativos resulta imprescindible ofrecer una mirada crítica a la hora de escuchar las canciones de moda, y aportar a un consumo crítico y consciente de los productos de la industria cultural como el reguetón (Cruz-Díaz y Guerrero, 2018).

Las letras de las canciones son una parte esencial de nuestra memoria biográfica que nos acompañan en nuestro día y pueden mostrar de una manera muy fiable valores, actitudes y formas de pensar en torno a la violencia contra las mujeres que están presentes en el desarrollo de nuestra sociedad. Reflexionar sobre las letras del reguetón, desde una visión de género, puede favorecer una mayor conciencia del problema por parte de los miembros de la sociedad y puede ayudar a entender mejor el fenómeno, sus causas, características y sus consecuencias. Del mismo modo, un mayor conocimiento sobre este problema social, potenciado a través de las letras de canciones, puede colaborar en la prevención y la concienciación social (Prieto-Quezada y Carrillo-Navarro, 2019: 40).

Se necesita introducir en el trabajo educativo cotidiano, de forma transversal dentro del currículo educativo, mecanismos y estrategias para analizar, cuestionar, problematizar y deconstruir aquello que los adolescentes escuchan a diario para así lograr que sean los propios menores quienes logren identificar los distintos tipos y modalidades de las violencias, las representaciones sobre la masculinidad y los roles sociales de género que

aparecen en esas canciones y plantearse las posibilidades de pensar y reconstruir letras sin contenido misógino y machista (Durán-Mestre, 2020). Las comunidades y administraciones educativas deberían dar pasos decididos en este sentido, para facilitar a las y los estudiantes habilidades y estrategias críticas

que impulsen una coeducación consciente a lo largo de su escolaridad. Este trabajo educativo sobre aquello que los adolescentes consumen a diario puede ser el inicio de un proceso que les ayude a identificar las diferentes formas de violencia de género presentes en la cultura y la sociedad (Eger, 2020).

REFERENCIAS

- ALARIO, Mónica (2021), *La reproducción de la violencia sexual en las sociedades formalmente igualitarias: un análisis filosófico de la cultura de la violación actual a través de los discursos y el imaginario de la pornografía*, Tesis Doctoral, Madrid, Universidad Rey Juan Carlos.
- ARAÜNA, Nuria, Iolanda Tortajada y Mònica Figueras-Maz (2020), "Reggaetón feminista en España: mujeres jóvenes subvirtiendo el machismo a través del 'perreo'", *Joven*, vol. 28, núm. 1, pp. 32-49.
- ARÉVALO, Karina, Emilia Chellew, Isabel Figueroa-Cofré, Adonai Arancibia-Villablanca y Simone Schmied (2018), "Ni pobre diabla ni candy: violencia de género en el reggaetón", *Revista de Sociología*, vol. 33, núm. 1, pp. 7-23.
- ARIAS, Marina (2019), "Neoperreo. ¿Cambiando las reglas de(l) género? La escena transnacional online del 'reggaetón del futuro'", *Cuadernos de Etnomusicología*, núm. 14, pp. 44-65.
- BENAVIDES, Clotilde (2007), "Los estereotipos femeninos en los videos musicales del género reggaetón: una cuestión de género", *Estudios*, núm. 20, pp. 184-198.
- BUTLER, Judith (2005), *Lenguaje, poder e identidad*, Madrid, Síntesis.
- CARBALLO, Priscila (2006), "Reggaetón e identidad masculina", *Inter.c.a.mbio*, vol. 3, núm. 4, pp. 87-101.
- CORYN, Chris, Daniela Schröter y Robert McCowen (2014), "A Mixed Methods Study of Some of the Factors Associated with Successful School Strategies for Native Hawaiian Students in the State of Hawai", *Journal of Mixed Methods Research*, vol. 8, núm. 4, pp. 377-395.
- CRUZ-DÍAZ, Rocío y María del Carmen Guerrero (2018), "El género musical reggaetón. Aproximación al discurso sexual y a la cosificación de las jóvenes", en Eloy López, David Cobos, Antonio Hilario Martín, Laura Molina y Alicia Jaén (coords.), *Experiencias pedagógicas e innovación educativa: aportaciones desde la praxis docente e investigadora*, Barcelona, Octaedro, pp. 3683-3695.
- DÁVILA, Verónica (2016), "Acelerando la feminidad en el reggaetón: la chapa que vibran de La Materialista", ponencia presentada en *Perspectives on Reggaetón*, Puerto Rico, Universidad de Puerto Rico-Campus Río Piedras, 6-7 de abril de 2016, en <https://cutt.ly/Fsut-PUv> (consulta: 12 de agosto de 2020).
- DE BEAUVOIR, Simone (1958), *El segundo sexo*, Buenos Aires, Siglo Veinte.
- DE TORO, Ximena (2011), "Métele con candela pa'que todas las gatas se muevan. Identidades de género, cuerpo y sexualidad en el reggaetón", *Revista Punto Género*, núm. 1, pp. 81-102.
- DURÁN-Mestre, Aina María (2020), "Proposta didàctica per al tractament d'imatges i missatges sexualitzats del reggaeton en adolescents", *Anuari de la Joventut de les Illes Balears*, núm. 2020, pp. 285-300.
- EGER, Victoria (2020), "Desarmar el reggaetón en el aula", *Feminacida*, en: <https://feminacida.com.ar/desarmar-el-reggaeton-en-el-aula/> (consulta: 8 de septiembre de 2020).
- FAIRCLOUGH, Norman (2008), "El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: las universidades", *Discurso & Sociedad*, vol. 2, núm. 1, pp. 170-185.
- FEDERICI, Silvia (2020), *Reencantar el mundo. El feminismo y la política de los comunes*, Madrid, Traficantes de Sueños.
- FERNÁNDEZ, June (2017, 6 de junio), "Chocolate Remix: el reguetón lésbico calienta más que el de los machos", *Pikara Magazine*, en: <https://www.pikaramagazine.com/2017/06/chocolate-remix-lesbian-reggaeton/> (consulta: 14 de agosto de 2020).
- GALÁN, Carlos, Peter Edwards, John Nelson y René Van der Wal (2015), "Digital Innovation through Partnership between Nature Conservation Organisations and Academia: A qualitative impact assessment", *Ambio*, vol. 44, núm. 4, pp. 538-549.
- GALLUCCI, María José (2008), "Análisis de la imagen de la mujer en el discurso del reggaetón", *Opición. Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, vol. 24, núm. 55, pp. 84-100.

- GÓMEZ, María y Rubén J. Pérez (2016), "La violencia contra las mujeres en la música: una aproximación metodológica", *Methaodos. Revista de Ciencias Sociales*, vol. 4, núm. 1, pp. 189-196.
- GUARRO, Amador, Begoña Martínez y Antonio Portela Pruaño (2017), "Políticas de formación continuada del profesorado: análisis crítico del discurso oficial de comunidades autónomas", *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, vol. 21, núm. 3, pp. 21-40.
- KUCKARTZ, Udo y Stefan Rädiker (2019), *Analyzing Qualitative Data with MAXQDA*, Cham (Suiza), Springer Nature.
- LÓPEZ, María Teresa (2018), "El perreo queer del lesbian reguetón", en Ana María Botella y Rosa Isusi-Fagoaga (eds.), *Músicas populares, sociedad y territorio: sinergias entre investigación y docencia*, Valencia, Universitat de València, pp. 199-208.
- LLANES, Haydeé Mabel, Erik Arnulfo Castillo, Hilda Yánes y Héctor López (2019), "Motivaciones de los adolescentes y el género musical reggaetón", *Medimay*, vol. 26, núm. 1, pp. 41-53.
- MARTÍNEZ, Consuelo Patricia y Daniel Solís (2021), "El entramado de la violencia simbólica. Convergencias teóricas entre la dominación masculina de Pierre Bourdieu y el mandato de masculinidad de Rita Segato", *Tla-Melaua. Revista de Ciencias Sociales*, vol. 15, núm. extra 1, pp. 1-26.
- MARTÍNEZ, Dulce Asela (2014), "Música, imagen y sexualidad: el reggaetón y las asimetrías de género", *El Cotidiano*, vol. 29, núm. 186, pp. 63-67.
- MARTÍNEZ Lirola, María (2022), *El análisis crítico del discurso y la pedagogía crítica: explorando sus relaciones y sus aplicaciones didácticas*, Granada, Comares.
- MERLYN, Marie-France (2020), "Dime lo que escuchas y te diré quién eres. Representaciones de la mujer en las 100 canciones de reggaetón más populares en 2018", *Feminismo/s*, núm. 35, pp. 291-320.
- MONSSUS, Anne (2020), "Le reggaeton: d'un genre musical et chorégraphique machiste à une tribune féministe", *Crisol*, núm. 12, pp. 1-28.
- PALACIOS Díaz, Diego (2020), "Norman Fairclough y el análisis crítico de discurso: armas para una lingüística materialista", *Pensamiento al Margen. Revista Digital de Ideas Políticas*, núm. 12, pp. 103-116.
- PENAGOS, Yesid (2012), "Lenguajes del poder: la música reggaetón y su influencia en el estilo de vida de los estudiantes", *Plumilla Educativa*, vol. 10, núm. 2, pp. 290-305.
- PEREIRA, Simone y Thiago Soares (2019), "Reguetón en Cuba: censura, ostentación y grietas en las políticas mediáticas", *Palabra Clave*, vol. 22, núm. 1, pp. 143-170.
- PRIETO-Quezada, María Teresa y José Claudio Carrillo-Navarro (2019), "Violencia patriarcal y de género en letras de reggaetón. Opinión de alumnos universitarios", *Perspectivas Docentes*, vol. 30, núm. 69, pp. 29-41.
- RAMÍREZ, Viviana Karina (2012), "El concepto de mujer en el reggaetón: análisis lingüístico", *Lingüística y Literatura*, vol. 32, núm. 62, pp. 227-243.
- ROGERS, Rebeca, Elizabeth Malancharuvil-Berkes, Melissa Mosley, Diane Hui y Glynis O'Garro Joseph (2005), "Critical Discourse Analysis in Education: A review of the literature", *Review of Educational Research*, vol. 75, núm. 3, pp. 365-414.
- RUIZ-Navarro, Catalina (2019), *Las mujeres que luchan se encuentran. Manual de feminismo pop latinoamericano*, Barcelona, Grijalbo.
- SAMPONARO, Philip (2009), "'Oye mi canto' ('Listen to My Song'): The history and politics of reggaetón", *Popular Music and Society*, vol. 32, núm. 4, pp. 489-506.
- SEGATO, Rita (2018), *Contra-pedagogías de la crueldad*, Buenos Aires, Prometeo.
- SOLNIT, Rebecca (2018), *Los hombres me explican cosas*, Madrid, Capitán Swing.
- THOMAS, Sue (2005), "The Construction of Teacher Identities in Educational Policy Documents: A critical discourse analysis", *Melbourne Studies in Education*, vol. 45, núm. 2, pp. 25-44.
- TRUJILLO, Beatrice Helena y Valeria Stephanla Yagual (2020), *Acercamiento a las percepciones sobre la sexualidad en la adolescencia hipermodernizada a partir del discurso presente en las canciones del género urbano*, Guayaquil, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- URDANETA, Marianela (2010), "El reggaetón, invitación al sexo. Análisis lingüístico", *Temas de Comunicación*, núm. 20, pp. 141-160.