



Universidad de Valladolid

**Máster en Estudios Feministas
e Intervención para la Igualdad**

Facultad de Educación de Palencia

**La pornificación de la industria musical:
análisis de videoclips exitosos en *YouTube*.**

Alumna: Marta González Delgado

Tutora: Angélica Velasco Sesma

Curso 2023/2024

RESUMEN: La industria musical y la industria de la explotación sexual son dos fenómenos que, en principio, no parecen tener relación. Sin embargo, hay elementos estéticos y narrativos que suscitan la posibilidad de una estrecha conexión entre ambas. Por tanto, en el siguiente trabajo, se realiza una investigación cualitativa para descubrir esas similitudes mediante un análisis de contenido detallado de cinco videoclips musicales. La selección de estos cortometrajes responde a criterios de popularidad en la plataforma de *YouTube*, donde acumulan millones de visualizaciones. Desde una perspectiva feminista, se estudia cómo estas imágenes, con tintes pornográficos, pueden contribuir a la ideología de la subordinación sexual femenina, reforzando la idea de las mujeres como objetos sexuales al servicio de los varones y reforzando los estereotipos y los roles sexistas.

PALABRAS CLAVE: Pornificación, pornografía, videoclip musical, cosificación femenina, roles y estereotipos sexistas.

ABSTRACT: The music industry and the sexual exploitation industry are two phenomena that, in principle, do not seem to be related. However, there are aesthetic and narrative elements that raise the possibility of a close connection between the two. Therefore, in the following paper, a qualitative research is conducted to discover these similarities through a detailed content analysis of five music video clips. The selection of these short films responds to criteria of popularity on the *YouTube* platform, where they accumulate millions of views. From a feminist perspective, these images, with pornographic elements, can contribute to the ideology of female sexual subordination, reinforcing the idea of women as sexual objects at the service of men and reinforcing stereotypes and sexist roles.

KEYWORDS: Pornification, pornography, music video, female objectification, gender roles and stereotypes.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. APROXIMACIÓN CONCEPTUAL Y ORIGEN DE LA PORNOGRAFÍA	6
2.2. LA PORNOGRAFÍA COMO ELEMENTO SOCIALIZADOR	10
2.3. LA «PORNIFICACIÓN» DE LA CULTURA: LA INDUSTRIA MUSICAL.	14
3. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE VIDEOCLIPS MUSICALES.....	17
3.1. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	17
3.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
3.3. METODOLOGÍA	18
3.4. SELECCIÓN DE MUESTRAS.	20
3.5. ANÁLISIS DE LAS CANCIONES.....	21
4. RESULTADOS.....	33
5. DISCUSIÓN.	37
BIBLIOGRAFÍA	39
ANEXO.....	44

1. INTRODUCCIÓN.

La industria musical y la pornografía, aparentemente, no guardan relación. Son dos megaindustrias –si consideramos esta última como parte de la explotación sexual– con significados distintos. A grandes rasgos, la primera incluye la producción y reproducción de música, y la segunda se compone de filmaciones de violencia sexualizada (Alario, 2021). Ambas son dos realidades de nuestra cultura contemporánea, una cultura que está inmersa en un proceso de «pornificación», término acuñado por Paul (2005) para describir el fenómeno por el que rasgos propios de la pornografía se reflejan en manifestaciones culturales de la sociedad.

La industria musical supone un ámbito de interés sociológico por varias razones. La música forma parte de la vida de las personas y desempeña un papel fundamental en cualquier cultura. Tiene gran influencia social y su difusión es cada vez mayor debido a las redes sociales, los dispositivos móviles y las plataformas como *YouTube* y *Spotify*. Comparte con la pornografía algunas características, como su carácter global y el interés, fundamentalmente, económico. A pesar de la aparente democratización en este ámbito –porque cualquier persona puede componer una canción desde su casa y publicarla en internet, –la *Big Data* y los algoritmos intervienen para que se visibilice únicamente determinada música: la que vende (Illescas, 2014). Es difícil competir contra esta música de masas si no te adaptas a las reglas del mercado. Ferviente, pero sutilmente, se ha desarrollado una dictadura cultural que afecta especialmente a los y las jóvenes. Autores como Illescas (2019) consideran que las pantallas –o, mejor dicho, lo que se visualiza a través de ellas– son las actuales educadoras de la infancia y la adolescencia. En concreto, los videoclips musicales, que muchos alcanzan millones de visualizaciones en *YouTube*, y las canciones que se popularizan en retos de redes sociales como *TikTok*.

La pornografía es también un fenómeno mundial. No importa el lugar del planeta en el que te encuentres porque su acceso es inmediato y gratuito siempre que haya conexión a internet (Cobo, 2017). Su interés, desde un punto de vista académico, radica en que invita a reflexionar acerca de varias cuestiones: la primera, su implicación para la consecución de la igualdad entre mujeres y hombres; la segunda, el dilema sobre si estas grabaciones, con gran carga de violencia contra las mujeres, comprometen éticamente al espectador. Actualmente, es un tema que forma parte de la agenda feminista por la posición social de la mujer –reducida a

cuerpo y sexualidad– y la violencia que esta recibe. La pornografía contribuye a establecer una imagen de lo que es y debe ser una mujer, y de lo que es y debe ser un hombre (Cobo, 2020).

El análisis, por tanto, de estos dos fenómenos es clave para comprender cómo la reproducción de los valores patriarcales se realiza hoy desde tres dimensiones estrechamente conectadas (De Miguel, 2015): el mundo de la creación, el ámbito de los medios de comunicación y el consumo de masas. Son estos tres sectores los que se analizan en este trabajo y cuyas repercusiones no se limitan a las mujeres, sino a toda la sociedad.

El desarrollo de este trabajo de fin de máster consta de varios apartados. Tras esta breve introducción, se incorpora el marco teórico con tres apartados titulados de la siguiente manera: «Aproximación conceptual y origen de la pornografía», «La pornografía como elemento socializador» y «La pornificación de la cultura: la industria musical». Estos ofrecen información acerca del fenómeno de la pornografía, desde sus inicios hasta hoy, que forma parte de la industria de la explotación sexual. Se señala este fenómeno, también, como el promotor de una nueva normatividad femenina y masculina, y se explica el proceso por el que elementos propios de la pornografía se insertan en otros ámbitos donde no eran habituales, como es el caso de la industria musical.

A continuación, se incluye la segunda parte del trabajo, que es la investigación de tipo cualitativo. Se exponen las hipótesis y se enuncian los objetivos que se persiguen, tanto el general como los específicos. El principal busca encontrar elementos comunes entre videoclips musicales de gran éxito comercial y la pornografía, mientras que los específicos atienden a aspectos como la cosificación femenina, los estereotipos y roles sexistas, y la naturalización de la violencia machista. La metodología se basa en la propuesta metodológica elaborada por los profesores Jennifer Rodríguez y José Ignacio Aguaded de la Universidad de Huelva. También, se muestra la relación de videoclips escogidos, publicados en *YouTube*, y se justifica su elección. Más adelante, se realiza el análisis detallado de cada uno de estos videoclips, con datos obtenidos mediante la observación y el registro de notas. El análisis aborda el contenido de la letra de la canción y el contenido audiovisual del videoclip, como la puesta en escena y la composición fotográfica. Además, el estudio de cada canción finaliza con una interpretación del discurso que transmite. El siguiente apartado son los resultados que arroja esta investigación y, finalmente, el trabajo termina con la discusión y las conclusiones.

2. MARCO TEÓRICO.

2.1. APROXIMACIÓN CONCEPTUAL Y ORIGEN DE LA PORNOGRAFÍA.

Las últimas décadas han sido protagonistas de avances feministas en determinadas partes del mundo, especialmente en materia legal. Hay cada vez mayor representación femenina en política y, a su vez, el feminismo forma parte de la agenda política de muchos gobiernos nacionales e internacionales. Los cambios legislativos han acompañado a los cambios culturales –que tienen un peso simbólico muy grande–, y cada vez hay mayor conciencia sobre la violencia contra las mujeres. Es, sin duda, todo un triunfo, a pesar de que todavía hay elementos del sistema patriarcal que pasan inadvertidos en los tiempos de la igualdad formal.

Para entender bien el fenómeno de la pornografía, es importante conocer el concepto de patriarcado. Se define así «a toda sociedad en la que los puestos clave de poder –político, económico, religioso y militar– están ocupados, exclusivamente o en su mayor parte, por varones» (Puleo, 2020, p. 215). Como señala Lerner (2022), no existe ningún determinismo biológico que explique su existencia, sino que su origen es fruto de un proceso histórico que duró alrededor de 2500 años hasta consolidarse completamente –desde el año 3100 hasta el 600 a.C.–. La subordinación de las mujeres, por tanto, no es un hecho natural como erróneamente se ha pensado y el patriarcado, al ser un producto histórico, puede desmantelarse a través de la acción humana. Lerner (2022) explica que el antropólogo histórico Bachofen, interesado por esta cuestión, sugirió la existencia de un matriarcado originario que sacó a la civilización de la barbarie, teoría sin el suficiente sustento científico. Desde la sociología, Engels (2008) consideró que el origen del patriarcado está en la familia monógama y que, con el desarrollo del Estado, se transformó en la familia patriarcal. Este autor, no exento de críticas por sus prejuicios sexistas, realizó una contribución interesante al mostrar la posible relación entre el dominio económico y político de los hombres, y su control sobre la sexualidad femenina.

El concepto de patriarcado dentro de la teoría feminista cobró especial importancia a través de los trabajos realizados por feministas radicales como Kate Millet en los años setenta. Para ella, el patriarcado es una política sexual que se rige por dos principios fundamentales: el dominio de los hombres sobre las mujeres, y del varón adulto sobre el joven (Millet, 2017). Para filósofas españolas contemporáneas como Celia Amorós, «se trata de un conjunto metaestable de pactos entre los varones, por el cual se constituye el colectivo de estos como género–sexo y, correlativamente, el de las mujeres» (Amorós, 1985, p. 52). El carácter

dinámico del patriarcado le permite evolucionar y adaptarse a los cambios que se producen en la sociedad, incluyendo los que suceden en la economía, la política y la cultura.

Podemos distinguir dos patriarcados según si es de «coerción» o de «consentimiento» (Puleo, 1995). El patriarcado de coerción se refiere a que el poder y el control de los hombres sobre las mujeres se mantienen a través de la fuerza y de la imposición de normas sancionadoras. Son las leyes las que las inferiorizan, por lo que no acatarlas supone enfrentarse a un fuerte castigo, como sucede todavía hoy en gran parte del mundo, pero, especialmente, en países musulmanes. Por el contrario, en los occidentales es característico el patriarcado de consentimiento, que surge en un momento de igualdad legal entre ambos sexos. Bajo el «mito de la libre elección» (De Miguel, 2015), ya no se coacciona a las mujeres para cumplir el mandato patriarcal, sino que se someten al rol impuesto aparentemente de manera voluntaria. Este patriarcado se ha adaptado bien al contexto capitalista, neoliberal e individualista donde el mercado es el único árbitro. No hay límites: todo se puede comprar y vender, incluso los cuerpos (Cobo, 2017; De Miguel, 2015). Esto conduce a cuestionar las decisiones que se toman respecto a los cuerpos, especialmente a la sexualidad y a la reproducción de las mujeres, porque su control se manifiesta como un mecanismo de reproducción patriarcal.

La sexualidad es un asunto central dentro de la teoría feminista desde hace décadas. Su interés apareció en la revolucionaria década de los años sesenta, con el Mayo del sesenta y ocho francés y el movimiento *hippie* en contra de la guerra en Vietnam. Para Puleo (1991), es un momento en que la filosofía reflexiona sobre la sexualidad. La nueva mentalidad de la época cuestionó las rígidas convenciones sociales que habían regulado el comportamiento sexual hasta ese momento, constituyendo la llamada «revolución sexual». Sin embargo, esta famosa revolución pecaba de fomentar «una sexualidad hecha por y para varones» (De Miguel, 2015, p. 22).

Las feministas radicales fueron críticas con la revolución sexual, primero en Estados Unidos y después en Europa, al no considerarla una verdadera revolución para las mujeres. Con sus ideas, generaron una ruptura con el movimiento feminista anterior, el liberal, protagonizado por Betty Friedan. Con su obra, *La mística de la feminidad* (2016), comenzó la Tercera Ola del Feminismo como señala Amelia Valcárcel en su prólogo, que posibilitó la comprensión de las siguientes reivindicaciones políticas. Teorizó «el malestar que no tiene nombre» sobre la insatisfacción vital de las mujeres estadounidenses, identificadas como madres y esposas. Este problema de identidad surgía como consecuencia de no satisfacer un

estereotipo de mujer inalcanzable para la mayor parte de ellas (Perona, 2020). Los logros obtenidos en los años veinte en materia feminista se habían sustituido por la nueva imagen de la mujer abnegada y cuidadora del hogar.

Las seguidoras de la *National Organization for Women –NOW–*, que Friedan cofundó, criticaron la exclusión de las mujeres en la esfera pública y reclamaron el acceso igualitario al mercado laboral. Sin embargo, la irrupción del feminismo radical supuso un hito porque ese malestar femenino ya no solo se entendía como fruto de una desigualdad, sino de una opresión. Muchas mujeres pertenecientes a la organización liberal, sobre todo jóvenes, estaban descontentas porque no se abordaban temas como el aborto o el sexo. Esto provocó que muchas abandonaran el grupo y se integraran en el de las mujeres radicales: *New York Radical Women –NYRW–*. A pesar de la desconfianza inicial de las más veteranas, acabaron abrazando la tesis de que lo «personal es político» (Hanisch, 1970), que se atribuye a los grupos de autoconciencia. Si las feministas liberales habían otorgado gran importancia al ámbito público, las radicales lo hicieron al privado. Pusieron de relieve la dimensión política del cuerpo y conceptualizaron la sexualidad como un hecho político: «la opresión se ejerce en y a través de sus relaciones más íntimas, empezando por la más íntima de todas: la relación con el propio cuerpo» (Greer, 1985, p. 505). Además, retomaron con firmeza la crítica a la doble moral sexual que habían desarrollado las sufragistas y socialistas del siglo XIX (De Miguel, 2015), pero que, con la urgencia por otras cuestiones, no se desarrollaron plenamente. Por ejemplo, la sufragista Sylvia Pankhurst, hija de la famosa Emmeline Pankhurst, criticó fuertemente que se excluyera a las madres solteras de la asistencia en el embarazo por matronas al considerar que su conducta había sido inmoral (Palomo, 2015). Antes de 1960, una «buena mujer» era aquella cuya sexualidad era inexistente o se reducía a la intimidad, y una «mala mujer» era aquella activa sexualmente (Wolf, 2020). Actualmente, bajo la categorización de «santa» o «puta», cualquier mujer es susceptible de crítica por su comportamiento sexual, independientemente del que sea (Alario, 2021).

Una de las feministas radicales más conocidas fue Kate Millet, escritora y activista de la *NOW* y la *NYRW*, y admiradora de la filósofa francesa Simone de Beauvoir. Su obra más famosa, *Política Sexual*, se publicó en el año 1970 y se basa en la tesis doctoral que presentó un año antes en la Universidad de Oxford. Estableció que «el sexo es una categoría social impregnada de política» (Millet, 2017, p. 68) y sugirió la relación entre el poder patriarcal y el poder sexual. Para ella, las relaciones entre mujeres y hombres son relaciones políticas porque

están atravesadas por el poder, y «lo político» simboliza tanto la esfera pública como la privada (Millet, 2017).

Millet denuncia el nuevo ideal de hombre que había surgido con la revolución sexual a través de la crítica literaria de novelas como *Trópico de Cáncer* (1934) de Henry Miller. El protagonista mantiene relaciones sexuales diariamente con mujeres a las que desprecia y sobre las que ejerce violencia. Se establece una dicotomía entre ellos, los activos, y ellas, las pasivas; ellos, los iguales, y ellas, las idénticas (Amorós, 1987). Aunque, a priori, «igual» e «idéntico» son sinónimos, aluden a dos características distintas de las personas según su sexo. Los varones, que son «los iguales», el sujeto del contrato social, y desarrollan su individualidad dentro del espacio público. Las mujeres, por el contrario, son el ser social negado, en el que «lo accidental se convierte en “esencia”» (p. 113). Ellas constituyen la masa indiferenciada, sin ser reconocida su condición de individuos porque no participan en la distribución de poder, y se desarrollan en el espacio privado donde apenas hay reconocimiento social. En la pornografía, se despoja a las mujeres de su individualidad para convertirlas en un producto. Esta degradación conlleva que los espectadores normalicen determinadas conductas violentas y que se las perciba como objetos (Alario, 2021).

Estos años constituyen la «Edad de oro del porno» (Alario, 2021), y eso se refleja en la literatura. Sin embargo, el protagonismo recae en las representaciones iconográficas que se transmiten a través de películas y de revistas como *Playboy*. En España, el equivalente podría ser *Interviú*, que apareció después de la dictadura franquista. La pornografía pasa «de una pornografía restringida y oculta, con frecuencia clandestina, a otra visible y masiva» (Menéndez, 202, p. 108). Hay imágenes eróticas, mediante pinturas y esculturas, con una antigüedad de dos mil años en la Antigua Roma (Ballester et al., 2014), pero esta pornografía «clásica» no tiene que ver con la pornografía actual, que constituye un fenómeno cultural y social nuevo.

Autoras como MacKinnon y Dworkin fueron críticas con la prostitución y la pornografía. Ellas definían la pornografía como una forma de subordinación, que incluía representaciones de mujeres deshumanizadas y sometidas a violencia (Dworkin, 1981; MacKinnon, 1995). Argumentaban que causaba daño tanto a nivel individual –refiriéndose a las actrices y modelos– como a nivel colectivo –a todas las mujeres–. Dworkin (1981) sostenía que la pornografía era una herramienta necesaria para mantener la política sexual del patriarcado y la jerarquía sexual entre mujeres y hombres. Para otras autoras como Barry

(1987), la reducción de la mujer a la sexualidad, tal y como plantea el modelo pornográfico, es el «último estado de la dominación patriarcal» (p. 238).

Dentro del estudio de la pornografía, también hay defensores que la definen como un ejercicio de liberación y consideran que estar en contra es «un síntoma de puritanismo o mojigatería» (Menéndez, 2021, p. 111). Por ejemplo, Hustvedt (2019) cree que no hay que valorar a toda la pornografía como perjudicial, sin embargo, sus consecuencias negativas para las personas y, en especial, las mujeres son claras y evidentes como se verá en el siguiente apartado.

2.2. LA PORNOGRAFÍA COMO ELEMENTO SOCIALIZADOR.

Las normas y expectativas sobre el comportamiento y el papel de las mujeres varían según la sociedad y el contexto histórico. De este rol asignado en una sociedad concreta, «emana siempre un discurso que define tanto quiénes son como quiénes deben ser» (Cobo, 2020, p. 60) en el ámbito público y en el privado. Las expectativas sociales que se tienen sobre lo que es «ser una mujer» y lo que es «ser un hombre» influyen en el comportamiento de las personas. El cine, la televisión y la publicidad son, actualmente, los principales medios transmisores de la nueva normatividad femenina a través de imágenes, en especial, de mujeres jóvenes sexualizadas. Estas representaciones conllevan el riesgo de borrar de la cultura popular cualquier otro tipo de mujer que no se adapte a estas exigencias estéticas (Walter, 2010).

El pensamiento individualista, favorecido por el consumismo, se ha introducido socialmente reforzando la creencia de que el físico es un proyecto modificable a la voluntad de cualquier persona. A las mujeres, se les presenta un modelo femenino ideal que dista mucho de la realidad y se les enseña a vivenciarse «troceadas», y no «enteras», para que centren toda su atención en aquellos rasgos que son susceptibles de mejora (Murillo, 2020). Las mujeres que se ven a través de la pantalla sufren un proceso de «muñequización», término que se refiere al fenómeno por el que las mujeres se muestran como muñecas, adornos para el resto y sumisas. Así, se refuerza la concepción de «lo femenino», es decir, cómo deben ser las mujeres y mostrarse para los demás (Bernárdez, 2020).

El cuerpo de las mujeres, por tanto, se conceptualiza como un hecho político (Rich, 1985) porque está vinculado a las estructuras de poder y, además, es soporte de desigualdad (Maffia, 2011). Para el patriarcado, cumple una doble función: la reproducción y la disponibilidad sexual de los varones. En la pornografía, las mujeres se siguen definiendo como seres subordinados sexualmente, instrumentos que están para satisfacer los deseos del

espectador. Su cosificación consiste en la pérdida del carácter humano para convertirse en una «cosa» (Menéndez, 2020). Como es bien sabido, los objetos son cambiantes, desechables, y tienen incorporada la obsolescencia; lo que hoy sirve mañana puede ser inútil (Wolf, 2020). Por tanto, la asimilación de esta idea tiene un impacto significativo en la autoestima de las mujeres porque creen que su valor como personas reside en su apariencia física. Esta cosificación afecta a todas las mujeres, incluso a aquellas que no consumen pornografía porque la socialización les ha transmitido que su objetivo fundamental en la vida es conseguir ser objeto de deseo para los hombres y despertar su apetito sexual.

La imagen dominante de la sexualidad femenina que se está elaborando actualmente es la de la mujer empoderada y sexual. No obstante, la representación que persiste es la de «una cosa que se adquiere y se usa» (MacKinnon 1995, p. 359), y las mujeres se retratan como cuerpos destinados a la gratificación sexual de la persona espectadora. Como expone Rich (1985, p. 16), «la sexualización de la mujer es una parte indispensable del trabajo en la construcción normativa patriarcal de lo femenino». Este modelo de feminidad se impone sobre todo en las mujeres pobres que acaban en la prostitución y en la pornografía. Estos dos elementos clave de la industria sexual son «las nuevas servidumbres en las que se ha constituido el capitalismo global» (Cobo, 2020, p. 51).

Para Alario (2021), comprobar la objetualización femenina es una tarea fácil porque basta con acceder a alguna de las páginas web pornográficas más conocidas de internet. Las películas se clasifican en categorías en función de la procedencia geográfica o el color de la piel de las actrices –«asiáticas», «negras»–; la edad –«*teen*, MILF»–; las características de sus cuerpos –«tetonas, rubias»– y los roles que interpretan –«enfermeras»–. Muchas escenas son representaciones violentas, como el «bukkake» –mujer que realiza felaciones a varios hombres a la vez– y el «gagging» –sexo oral hasta las arcadas y las lágrimas–. De hecho, visualizar este tipo de escenas puede desensibilizar la violencia contra las mujeres, incluso si el público es femenino (Krafka, 1985).

Las mujeres en la actualidad ya no solo tienen el imperativo de belleza, sino que, además, deben adoptar nuevas prácticas sexuales y usar los productos que dicta la industria de la explotación sexual para sentirse bien con su vida (Poulin, 2009). Se legitiman estas prácticas porque van acompañadas del mensaje de que son una preferencia subjetiva. Por tanto, se conjugan dos de los grandes mitos: el de la belleza (Wolf, 2020) y el de la libre elección (De Miguel, 2015). El éxito femenino se reduce al atractivo sexual (Walter, 2010) y existe una gran

presión para que el cuerpo y la sexualidad de las mujeres constituyan «el centro de su existencia vital» (Cobo, 2015, p. 14). Como expone Wolf (2020), el mito de la belleza también se extiende a la sexualidad a través de la «pornografía de la belleza». Las imágenes sexuales pueden repercutir en la percepción del propio cuerpo y conducir a una preocupación excesiva por el atractivo físico. Además, señala que el propósito de pornografía no es únicamente económico, sino que aparece como parte de una agenda sexual y aspira a crear su propia versión del deseo.

Se reduce a todas las mujeres a cuerpos al servicio sexual de los varones y se refuerza la idea del derecho de estos últimos a acceder a los cuerpos de las mujeres (Alario, 2021). En las escenas, su deseo se cumple siempre porque no importa que ella no quiera mantener relaciones sexuales porque acaba «consintiendo» o no es respetada su decisión. No se respeta la autonomía sexual de las mujeres porque no tienen derecho a poner límites respecto al acceso de otros al propio cuerpo (Anderson, 2002).

Pensar que la pornografía solo trata de sexo es una visión reduccionista del fenómeno. En la pornografía, el conjunto de escenas es una representación con significado y cumple una función política: mantener el privilegio fundacional en la masculinidad virtual y audiovisualmente (Alario, 2021; Cobo, 2020). No se trata de una representación del vínculo sexual entre las dos partes que lo están realizando, sino que es una relación entre la persona que mira y el objeto sexual que se presenta (Szil, 2004). Se produce una «identificación por proyección» del espectador masculino con el hombre de la escena sexual (Sambade, 2017). Por esta razón, son comunes los vídeos POV –*Point of View*–, filmados con plano subjetivo y que se encuadra a la altura de los ojos del actor para que el punto de vista se identifique con la mirada. Las actrices miran y hablan a la cámara creando una falsa sensación de realidad y proximidad. Esta pornografía pertenece al género gonzo, donde las miradas cumplen una función fática o de contacto, para atraer la atención de la persona espectadora y convertirla en la protagonista. Se mantiene esa sensación de acceso a los cuerpos de las mujeres que deseen. En muchas ocasiones, la persona que graba forma parte de la escena, hablando con los actores y las actrices, o siendo él uno de ellos.

La autora Alario (2021) considera que la pornografía está dirigida a un público masculino, incluso cuando se trata de escenas lésbicas. De hecho, «Lesbianas» es la categoría más vistada en una famosa página web pornográfica (Alario, 2021). El motivo del éxito de este tipo de pornografía entre hombres se debe a que es una manera de cumplir la fantasía de participar en una relación sexual donde, en condiciones reales, estarían completamente

excluidos. Según Dworkin (1989), este tipo de pornografía también satisface el deseo de poder de los hombres porque en las prácticas sexuales se utilizan juguetes sexuales con forma de pene y se realizan felaciones a dildos. Es decir que, aunque no haya un varón presente, el «culto al falo» está siempre presente.

Los grandes cambios sociales como las revoluciones, los movimientos políticos o los avances tecnológicos suelen generar un reajuste en las estructuras de poder existentes y en las normas socioculturales establecidas hasta el momento. Como reacción a estas transformaciones, surgen nuevas propuestas que persiguen consolidar el dominio masculino sobre las mujeres, es decir, mantener «el orden natural de las cosas» –al menos, hasta el momento–. Este fenómeno corresponde al concepto de «relevo de las heterodesignaciones patriarcales», acuñado por Amorós (2010). Cuando un grupo nuevo pretende relevar al grupo hegemónico de hombres, se presenta acompañado por heterodesignaciones patriarcales alternativas que contradicen las hasta ahora hegemónicas. Se produce, por tanto, un enfrentamiento simbólico entre el viejo y el nuevo patriarcado: el primero, que quiere mantener el viejo orden patriarcal, y el nuevo, que se adapta al contexto económico capitalista neoliberal.

Además, la pornografía refuerza la «fratria masculina» (Amorós, 2005) porque todo lo relativo a ella está valorado socialmente: consumirlo, hacer comentario del cuerpo de las mujeres que aparecen y comentar qué les harían. Esta fraternía se trata de la «simpatía» que señalaba Millet (2017) entre los varones de la Nueva Izquierda. Esta complicidad entre los hombres no es posible sin el desprecio hacia las mujeres, que las relega y subordina respecto a los hombres. Esta sensación de poder sobre las mujeres no es un hecho natural, sino que se origina a través de acciones y actitudes que refuerzan la «hipervirilidad sexual». Responder a este modelo tiene, principalmente, consecuencias negativas para las mujeres, pero también para los hombres como las frustraciones y los miedos. Por ese motivo, ellos procurarán mostrar su capacidad de dominio a través de sus comportamientos sexuales, aunque implique una total falta de empatía (Sambade, 2017). Para Sambade (2017), el pene es un símbolo de poder con una doble función: obtener placer y reafirmar su masculinidad provocando en su pareja sexual femenina la pérdida de control sobre sí misma como consecuencia de la «proeza sexual fálica». No es extraño ver escenas pornográficas donde las mujeres muestran «culto al falo» demostrándolo con sus comportamientos y las escenas con penetración vaginal/anal se perciben como un acto de dominación y control de los varones sobre las mujeres.

2.3. LA «PORNIFICACIÓN» DE LA CULTURA: LA INDUSTRIA MUSICAL.

La pornificación es el fenómeno que explica la creciente influencia de la pornografía en la cultura y en la vida cotidiana, con fuertes repercusiones para las mujeres y para los comportamientos sexuales de las personas. El término apareció por primera vez en el libro *Pornified: How Pornography Is Damaging Our Lives, Our Relationships, and Our Families*, de la periodista estadounidense Pamela Paul. Para ella, a medida que la pornografía se vuelve más asequible y accesible, también se hace más aceptable para una gran parte de la población (Paul, 2005). Considera tan preocupante este fenómeno que extiende el debate sobre sus consecuencias para la adultez y no únicamente en la infancia.

Habitualmente, se utiliza pornografía como sinónimo de sexualización. Según la Real Academia Española, «la pornografía es la representación explícita de actos sexuales que busca producir excitación» (RAE, s.f., definición 1). Sin embargo, surgen problemas en su conceptualización, porque la pornografía no tiene que ver con el sexo. Hay autores que equiparan ambos términos como, por ejemplo, Attwood (2010), que expone que la sexualización de la cultura se evidencia en la presencia de una estética pornificada en los medios de comunicación y en el espacio público, en la incursión de la pornografía en el ámbito de la publicidad y los videoclips musicales, y en la manera en que diversas estrellas del cine porno obtienen el estatus de celebridades. Incluso Mcnair (1996) defiende equiparar estas dos palabras porque considera que es una forma de superar un tabú respecto al sexo. No obstante, y a pesar de las similitudes que muchos autores realizan, las prácticas en las que no hay deseo no deberían definirse como sexo, porque realmente invisibilizan la violencia contra las mujeres y su cosificación (Alario, 2021; Jeffreys 2005). El sexo debería definirse como actividades placenteras para ambas partes implicadas en una relación basada en la igualdad (Alario, 2021).

Hay, por tanto, un discurso que ha idealizado la pornografía como herramienta de liberación sexual y que ha ocultado, intencionadamente, los grandes intereses económicos que hay detrás (Dines, 2011). Asimismo, muchas personas desconocen las implicaciones sociales de la pornografía y el papel que ejerce en la naturalización de la violencia machista de la subordinación sexual de las mujeres.

Este trabajo de investigación se centra en el videoclip musical, que es una representación visual basada en una composición musical que, a través de un conjunto de imágenes, se crea un nuevo discurso estético (Illescas, 2014). Son una herramienta comercial que las empresas discográficas utilizan para promocionar las canciones e incrementar sus

ventas. Actualmente, constituye uno de los productos culturales más consumidos y con mayor difusión en todo el mundo debido a internet. Es por este motivo por el que se llama videoclip *mainstream* –palabra anglosajona para referirse al videoclip hegemónico–. Estos vídeos no son solo un mero entretenimiento, sino que también son medios que transmiten ideas y valores, capaces de moldear discursos.

Los videoclips musicales no suelen enseñar escenas pornográficas explícitas, sino que encajan mejor en el denominado «soft porn», que se refiere a escenas de desnudos y escenas sexuales sugerentes, pero que evitan mostrar actos sexuales o genitales en primer plano. Favaro y De Miguel (2016) apuntan que la línea que separaba las representaciones pornográficas de las de los medios populares cada vez en más difusa. Hay elementos que antes estaban ligados única y exclusivamente a la pornografía que ahora también forman parte de la industria musical, por tanto, el mundo de la música se ha pornificado. Varios artistas de renombre mundial, como Eminem, Metallica y Bon Jovi, han incluido a «actrices porno» en sus videoclips. Para los hombres, estar rodeados de mujeres cuyos cuerpos se ajustan al ideal de belleza promovido por la pornografía actual sirve para reforzar su masculinidad (Paul, 2005).

Para Alario (2021), visualizar los videoclips más vistos en *YouTube* en los últimos años revela que cada vez hay más vídeos donde las protagonistas hombres acostumbran a estar rodeados de mujeres pornificadas. En cambio, cuando se trata de protagonistas mujeres, son ellas mismas las que aparecen pornificadas. Las letras de las canciones y de los videoclips están altamente hipersexualizadas y para ello basta con pensar en artistas musicales: si se piensa en mujeres, normalmente encajan en el canon de belleza establecido y muchas utilizan el desnudo o la indumentaria erótica para sus espectáculos; en cambio, los artistas varones no suelen triunfar en bañador, en ropa interior o sin ropa. Cuando sucede, suele ser un desnudo que se conceptualiza de forma opuesta al erotismo (Menéndez, 2021).

Un claro ejemplo de la representación de las mujeres en la industria musical es el espectáculo protagonizado por Shakira y Jennifer Lopez en el año 2020 durante el descanso de la Liga Nacional de Fútbol Americano, la *Super Bowl*. Este evento suele ser el más visto en la televisión en Estados Unidos, por tanto, concentra una gran cantidad de espectadores.

Por primera vez en la historia de esta liga, se había escogido a dos mujeres de origen hispanoamericano: Shakira, colombiana, y Jennifer Lopez, neoyorquina de origen puertorriqueña. Ambas cantaron y bailaron complejas coreografías con una indumentaria sexi. En concreto, Shakira con un top y una minifalda, y Jennifer Lopez con un bodi que se ajustaba

completamente a su cuerpo, marcando su figura. Por el contrario, los otros dos cantantes invitados, J. Balvin y Bad Bunny, también sudamericanos, cantaron sin la necesidad de ropa ceñida y sin la necesidad de una extravagante coreografía. Ciertamente, el protagonismo esa noche recaía en ellas, motivo por el que la actuación de ellos pudiera ser más comedida, sin embargo, las diferencias entre las artistas mujeres y los hombres fue tan acusada que muchos medios lo criticaron. En España, Juana Gallego lo comentó para un periódico digital y criticó que este espectáculo se valorara como un ejemplo de empoderamiento femenino. Manifestó que era positivo tener referentes femeninos *empoderados* en el mundo del espectáculo, pero que también lo estaría que lo hubiera en más ámbitos. Es decir, que las niñas no crezcan con la idea de que la única posibilidad que tienen para ser influyentes es saber «mover el culo» (Gallego, 2020).

En España, tuvo mucha repercusión la coreografía de Aitana en el *Alpha Tour* de 2023. Se trataba de un baile erótico, con movimientos de cadera encima de un bailarín, mientras interpretaba la canción *miamor*. Este tema trata de una chica que acompaña a un chico a su casa para mantener relaciones sexuales. Algunos elogiaban la decisión de la cantante de incluir esa coreografía aludiendo a que ya era una mujer adulta. Aitana podría ser el caso de las «chicas Disney» como Britney Spears y Miley Cyrus, que pasan de ser princesas, con una bonita belleza interior, a ser chicas malas y rebeldes (Guarinos, 2011), que es lo que les exige la industria.

La pornificación ha traído consigo nuevos mandatos para las mujeres como la depilación, blanqueamiento anal o prácticas violentas que recomiendan las propias revistas de moda (Alario, 2021). Amelia Valcárcel estableció la «Ley del Agrado» para referirse a las expectativas y normas sociales que imponen a las mujeres comportarse de una manera agradable y complaciente para ser aceptadas y valoradas en la sociedad (Valcárcel, 2008). La publicidad ha sido una gran enemiga de las mujeres en este sentido y, además, está altamente pornificada porque los valores y las prácticas de la pornografía son los nuevos valores dominantes (Jeffreys, 2005).

Otro de los fenómenos que sucede dentro de la industria musical es la «aniquilación simbólica de la mujer». Este concepto lo desarrolló la académica Gaye Tuchman en su estudio *The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media* (1978), donde analizó cómo el cine, la música y los medios de comunicación minimizan, trivializan o borran la presencia y la contribución de las mujeres. Las mujeres habitualmente aparecen cosificadas y con una determinada apariencia física. En concreto, la representación de las mujeres pornificadas

contribuye a normalizar la violencia machista y su reforzar la ideología de la subordinación femenina.

Como se ha visto hasta este apartado, ha habido toda una serie de acontecimientos que han conducido hasta este fenómeno de la pornificación. La revolución sexual de los años sesenta fue un hecho clave en el cambio de mentalidad de la época, aunque no constituyera realmente un proyecto emancipador para las mujeres. Actualmente, se transmite una idea del empoderamiento sexual femenino todavía muy lejana de ser verdaderamente liberadora. Los viejos privilegios patriarcales continúan vigentes, adaptándose a la coyuntura del momento. Las mujeres, bajo el mito de la libre elección, parecen escoger «lo de siempre». El debate de la pornografía no es, por tanto, un debate nuevo porque feministas como Kate Millet y Andrea Dworkin hace décadas cuestionaron la industria de la explotación sexual como un nuevo instrumento del patriarcado para la subordinación sexual femenina.

3. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE VIDEOCLIPS MUSICALES.

3.1. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.

Este trabajo de investigación parte de la hipótesis de que la industria de la explotación sexual y la industria musical están estrechamente vinculadas a través de elementos comunes. Se desconoce si una influye sobre la otra, pero lo esencialmente relevante es conocer los puntos donde existen intersecciones.

La pornografía ha ampliado su alcance y se ha incrustado en otros productos culturales, como el videoclip *mainstream*. Las personas se han convertido en mercancías y, especialmente, las mujeres. Se transmite un nuevo ideal de lo que es *ser una mujer* y de lo que es *ser un hombre*. Asimismo, se refuerzan los estereotipos y los roles sexistas, y se normaliza la violencia contra las mujeres mediante la visualización de este tipo de cortometrajes que tienen gran popularidad.

3.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Objetivo general.

1. Analizar los elementos comunes entre cinco videoclips *mainstream* y la pornografía, donde puede haber una influencia directa y bidireccional entre la industria musical y la industria de la explotación sexual.

Objetivos específicos.

2. Descubrir si los cinco videoclips *mainstreams* analizados fomentan una concepción de las mujeres como mercancía, reducidas a cuerpo y sexualidad con el fin de obtener el mayor beneficio económico.
3. Comprobar si los cinco videoclips *mainstreams* analizados favorecen la transmisión de un tipo ideal de mujer y de hombre similar al que expone la pornografía, y si existen diferencia entre los sexos.
4. Reconocer si los cinco videoclips *mainstreams* analizados refuerzan los estereotipos y roles de género.
5. Constatar si los cinco videoclips *mainstreams* analizados están introduciendo una ideología capaz de normalizar la violencia contra las mujeres.

3.3. METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo cualitativa y su enfoque teórico es la perspectiva feminista. Se trata de un análisis textual de grandes éxitos comerciales y sus correspondientes análisis videográficos de los videoclips publicados entre el año 2016 y 2024 en *YouTube*. Para ello, se ha empleado la observación y el registro de notas. Las categorías que se han utilizado son: «hipersexualización femenina», «roles de género» femeninos y masculinos, «estereotipos de género» femeninos y masculinos, «cosificación», «pornificación» y «violencia machista». Dentro de «pornificación» se han analizado las subcategorías «contenido sexualmente explícito», «muestra de partes del cuerpo» y «sexualización del baile». Dentro de «cosificación», se han analizado las subcategorías «fragmentación del cuerpo» y «función ornamental del cuerpo».

Para el análisis de los vídeos, se ha empleado la metodología elaborada por los profesores Jennifer Rodríguez y José Ignacio Aguaded de la Universidad de Huelva. Debido a la falta de un método analítico riguroso y científico –como los planteados para el cine y la publicidad–, estos dos académicos proponen uno inspirándose, fundamentalmente, en los manuales *Cómo analizar un film*, de Casetti y Di Chio (1991), y *El arte cinematográfico*, de Bordwell y Thompson (1995). Su estructura es la siguiente (Rodríguez y Aguaded, 2014):

1. Segmentación.
2. Análisis videográfico.
 - Análisis formal.
 - Análisis de la representación.

- Análisis de la narración.

3. Interpretación.

1. Segmentación.

La primera etapa es la segmentación, donde se analizan los elementos que constituyen una canción. Estos elementos se clasifican en introducción, estrofa, estribillo e interludio. Esta etapa informa tanto de la estructura musical –que no se estudiará en esta investigación– como del contenido lingüístico de la canción.

2. Análisis videográfico.

Se divide en tres etapas en función de los códigos que se analicen –elementos formales, códigos de la representación y códigos narrativos–.

Análisis formal

- Los **códigos visuales** abarcan los elementos presentes en la composición fotográfica – encuadre, planos, angulación–, la iconografía y la movilidad de la cámara.
- Los **códigos gráficos** generalmente aparecen sobreimpresos en las imágenes, aunque también incluyen todos los elementos gráficos presentes en ellas, como textos. En el video musical, la letra de la canción tiene un peso significativo, por lo que es común que se añadan fragmentos de esta en las imágenes.
- Los **códigos sonoros** se dividen en tres categorías basadas en su naturaleza: voz, ruidos y música, dependiendo de si proviene del interior o del exterior de la realidad representada.
- Los **códigos sintácticos** están relacionados con el montaje. El montaje de los planos tiene un fuerte potencial efectista. En esta categoría se analizan los distintos tipos de asociaciones entre las imágenes y las transiciones entre plano y plano.

Análisis de la representación

- La **puesta en escena** analiza los escenarios y los personajes. Incluye elementos como decorados, el vestuario, la iluminación y la expresión y movimientos de las figuras. En esta etapa de análisis, se observan los objetos, personas, paisajes, gestos, palabras, situaciones y comportamientos representados en el vídeo.
- El **espacio videográfico** interpreta la función y al significado en la elección de dichos espacios y decorados en la estructura del videoclip.

- El **tiempo videográfico** se refiere a la duración y la frecuencia de los planos o escenas. Por lo tanto, se refiere al tiempo de la representación, que está directamente relacionado con la narración y el montaje.

Análisis de la narración

- Los elementos **existentes** son los personajes y los ambientes presentados en la escena. Los personajes pueden desempeñar diversos roles como los cantantes, que pueden aparecer representándose a sí mismos o asumiendo un papel dentro de la narración del videoclip.
- Los **acontecimientos** marcan el ritmo de la narración y su evolución. En ella, se incluyen tanto las acciones como los sucesos que ocurren.

3. Interpretación.

La última fase implica comprender el significado del videoclip y contextualizarlo. Supone entenderlo como un todo.

A continuación, se realiza un análisis cualitativo de varios videoclips siguiendo esta estructura de Jennifer Rodríguez y José Ignacio Aguaded.

3.4. SELECCIÓN DE MUESTRAS.

Para llevar a cabo esta investigación, se seleccionaron las siguientes cinco canciones, ordenadas por año de publicación, de la más antigua a la más reciente:

1. Cuatro Babys (2016).
2. Bonita (2017).
3. Krippy Kush (2017).
4. Sin Pijama (2018).
5. Una Foto Remix (2024).

La selección se ha realizado atendiendo a los criterios de popularidad de *YouTube*, una plataforma web de publicación y reproducción de vídeos accesibles generalmente de manera gratuita. Cualquier internauta puede compartir su propio contenido o visualizar lo que otros han publicado previamente. Alrededor del 70% de los videoclips que se reproducen en internet se ven en esta plataforma y es una de las páginas web más visitadas de todo Internet (TheMusicVoid, 2010).

3.5. ANÁLISIS DE LAS CANCIONES¹.

CUATRO BABYS (2016)².

Cuatro Babys es una canción interpretada por el colombiano Maluma y por los puertorriqueños Noriel, Bryant Myers y Juhn. El videoclip se publicó en el año 2016 en la cuenta de *YouTube* de Maluma –con más de 30 millones de seguidores–, en vez de Noriel, su verdadero autor, por decisión de la discográfica. Pensaron que, de esta manera, el número de visitas aumentaría porque Maluma ya era un afamado cantante. La canción, hasta ahora, cuenta con más de 1.107 mil millones de visualizaciones.

Segmentación.

Como ya se ha indicado, en esta primera etapa del análisis, dado el carácter de la investigación, solamente se estudia la letra de la canción y no la estructura musical.

La letra constituye un texto expositivo –se explica de forma clara y sencilla un tema para que el receptor lo comprenda– al que se le puede atribuir un estatuto ficcional –no narrativo, puesto que no se cuenta ninguna serie de acontecimientos– en el que se recrea una diégesis con unos personajes determinados: el «yo», la voz masculina creada por el autor de la letra, interpretada por los cuatro cantantes; las cuatro amantes de esta voz; y Maluma –tenemos la referencia del nombre en la misma letra: «pero ella quiere con Maluma y conmigo a la ve'»–, el marido engañado de una de ellas. Nótese, por tanto, la diferencia entre el cantante Maluma y el personaje ficticio Maluma: el cantante en ningún momento interpreta a su posible trasunto ficcional.

Esta voz masculina confiesa tener cuatro amantes, a las que llama «babys», y no sabe con cuál quedarse porque todas le aportan algún beneficio sexual. Dos están casadas; una, soltera; y otra, «psycho» –psicótica, desquiciada, impulsiva–. A esta última, si no la llama por teléfono, «se desespera».

Análisis formal.

En la estética de este videoclip predominan los fondos oscuros, que contrastan, a su vez, con los planos en los que aparece Maluma con las cuatro mujeres, pues los cinco visten con camisa o americana completamente blancas. En cualquier caso, la paleta de colores siempre es fría: a los colores oscuros y al blanco se le suma una iluminación azulada con luces de neón.

¹ El número de seguidores de las cuentas de *YouTube* y el número de visualizaciones de los videoclips musicales son los actualizados hasta la fecha de cierre de este trabajo (julio de 2024).

² Imágenes en «ANEXO»: «CUATRO BABYS (2016)».

Las escenas cambian constantemente mostrando diferentes escenarios. Destacan los primeros planos cuando se enfoca individualmente a una persona y los planos generales para mostrar a una pareja o un grupo.

Análisis videográfico.

Hay cinco representaciones, cada una con su escenario y su propia estética. Por un lado, una por cantante, en la que el hombre siempre aparece con compañía únicamente femenina. Por otro lado, una quinta representación en la que los cuatro cantantes interactúan entre sí, cediendo siempre el protagonismo a uno de ellos, pero esta vez sin compañía femenina. Cabe destacar que, a pesar de la presencia de cuatro artistas, estos siempre interpretan la misma voz: el hombre de las cuatro amantes.

Primera representación: Maluma.

Maluma es el único hombre al que acompaña más de una mujer. Aparece con camisa blanca y con cuatro mujeres vestidas con americana blanca –Imagen 1– y un sombrero negro de ala ancha que oculta casi todo su rostro –Imagen 2–. Tan solo cuatro filas de bombilla led azulada al fondo de la sala los iluminan. La paleta de colores es, por tanto, muy fría. Los pocos objetos que decoran el escenario son lujosos: muebles con grabados y lámparas de araña. Aunque no sea el autor de la canción, este escenario ocupa, aproximadamente, un 40% de la duración del vídeo –alrededor de 1 minuto y 50 segundos–. Todo apunta a que, por decisión de la discográfica, fuese el elegido para poner rostro a la voz de la letra, independientemente de que comparta nombre con el marido de una de las amantes.

Segunda representación: cantante 2.

Se puede interpretar que el resto de los artistas representa una faceta distinta de esta voz masculina. El Cantante 2 aparece en escena con gafas de sol y cadenas mientras come con una mujer vestida también de forma muy recargada. La comida es lujosa, igual que los platos y la mesa, de colores negros y dorados.

Tercera representación: cantante 3.

El tercer escenario lo protagoniza el Cantante 3 con una mujer en ropa interior de color plateado. Él viste, de nuevo, de forma aparentemente lujosa: una chaqueta de borreguillo de color blanco.

Cuarta representación: cantante 4.

El Cantante 4 canta sentado mientras una mujer con piernas y brazos desnudos baila a su alrededor con pasos de stripper. De fondo, luces led rosas.

Quinta representación: cuatro cantantes.

En este escenario aparecen los cuatro cantantes vestidos con gafas de sol y ropa oscura.

Los escenarios son similares, motivo por el que se intuye que están todos en el mismo sitio, pero en diferentes salas. O, tal vez, que las escenas se han grabado en el mismo plató, pero desde diferentes perspectivas. En estos escenarios, donde resalta el color negro, no hay apenas objetos, por tanto, el protagonismo recae sobre las personas y, especialmente, sobre los cantantes. Ellos se dirigen a cámara para cantar y lo hacen con mirada seria y desafiante en muchas ocasiones –Imagen 3–, al contrario que ellas, que no interactúan con el espectador, tan solo con los artistas, mientras los tocan y los acarician, y muestran caras de placer. Una de las actrices en un momento del vídeo insinúa que va a realizar una felación a Maluma mientras baja hacia su pantalón –Imagen 4–. Otra baila de manera erótica para Noriel y para la cámara –Imagen 5–.

Las mujeres, todas jóvenes, están ultramaquilladas y cambian su vestuario a lo largo del vídeo. Pasan de la americana blanca y sombrero negro a la ropa interior de diferentes colores. Son meros cuerpos al servicio de los artistas: bailan para ellos e incluso les sirven la comida –Imagen 6–. Mientras ellos sonríen, saltan y se abrazan, haciendo patente el concepto de la fratria masculina. Sus cuerpos aparecen fragmentados como en una de las escenas donde tan solo se ve el pecho y abdomen de una de las actrices en ropa interior –Imagen 7–.

Una de las escenas se trata de una sala llena de agua, que enfoca a diferentes partes del cuerpo de una mujer –Imagen 8–.

Interpretación.

Tanto el videoclip como la letra de la canción de *Cuatro Babys* podría ser un claro ejemplo del privilegio patriarcal de la disponibilidad sexual masculina. Refuerza la idea de que los hombres tienen un acceso casi ilimitado a parejas sexuales y que su valor se mide, en parte, por su capacidad para mantener múltiples relaciones sexuales. El deseo sexual masculino se percibe como una fuerza imparable de la naturaleza (Puleo, 1992), motivo por el que esta disponibilidad sexual de los hombres ha sido conceptualizada como una necesidad biológica. Interpretar estos deseos como necesidades conduce a muchos hombres a sentir que tienen el derecho a satisfacerlos.

Las mujeres para *Cuatro Babys*³ son accesorios que están al servicio sexual de los cantantes –«chingan cuando yo les digo, ninguna me pone pero», «todas quieren chingarme encima de billetes de cien»–. Son muy activas sexualmente, porque así no lo hacen saber –«a las cuatro les encanta en cuatro, todas me los hacen bien, y es que todas maman bien»–. Se las cosifica y se les pone un precio «ya me salieron más caras que un reloj de *Ulysse Nardin*», que es un reloj de alta gama. Se las encasilla según su estado civil –casadas, solteras– e incluso por el color de pelo –pelirroja–.

En la primera estrofa del estribillo, se expone ya que el único argumento para decidirse por una de las cuatro es sexual: «estoy enamora'o de cuatro babies / siempre me dan lo que quiero / chingan cuando yo les digo / ninguna me ponen pero'». No aparece ningún otro en toda la canción.

La cosificación es evidente: «cuatro chimbitas / cuatro personalidades / dos me hablan bonito / do' dicen maldade' / diferente' nacionalidade' / pero cuando chingan gritan toda' por iguale'». Las cuatro mujeres son distintas, cada uno con su propia personalidad, pero en la cama, que es lo que para la voz importa, son iguales. De ahí su indecisión: las peculiaridades de cada una no le importan, no le ayudan a elegir a una.

BONITA (2017)⁴.

Bonita es una canción perteneciente al artista colombiano J. Balvin, que canta en colaboración con el dúo puertorriqueño Jowell y Randy, y se publicó en el año 2017. El cantante tiene en su cuenta de *YouTube* más de 34 millones de seguidores, posicionándose como el tercer colombiano con mayor número en esta página web, y el dúo tiene un número más reducido –casi 3 millones–, pero no una cifra despreciable. Esta canción, en concreto, cuenta con alrededor de 451 millones de visualizaciones.

Segmentación.

Textualmente, *Bonita* es la descripción de una mujer atractiva que, durante la noche, de fiesta, muestra y desata su belleza y fogosidad –«fiera de noche, una santa de día»–. A lo largo de toda la letra se va repitiendo este aspecto psicológico, ya presentado en el estribillo. La voz

³ Un concierto de Maluma durante las fiestas patronales de San Antolín en Palencia en 2018 generó gran polémica. Una mujer en redes sociales pidió a través de Change.org la cancelación del evento debido a las letras machistas y misóginas de las canciones del cantante.

<https://www.elmundo.es/cultura/musica/2018/04/24/5aded9c022601d1f358b462f.html>

⁴ Imágenes en «ANEXO»: «BONITA (2017)».

creada por el autor que describe a esta mujer está en primera persona y mantiene una relación con ella «y si tú quieres, igual yo quiero, pégate / vamos a hacerlo sin».

El estribillo de la canción se repite, tras una estrofa introductoria, tres veces. El resto de la letra, no obstante, se limita a repetir con otras palabras lo ya planteado. Como se ha indicado en el apartado anterior, se describe una y otra vez el mismo aspecto psicológico.

Análisis formal.

El videoclip de esta canción destaca por la gran cantidad de efectos visuales que utiliza con el fin de resaltar el ritmo acelerado de la canción, con transiciones rápidas y efectos de luces que aumentan la sensación de estar en una fiesta. Los colores brillantes y la iluminación crean un ambiente visualmente llamativo. Se emplean durante todo el cortometraje emoticonos para señalar diferentes estados emocionales como el emoji de la cara llorando de risa o el emoji de enfado. Muchas de las escenas son simulaciones que aparecen a través de una publicación de la red social *Instagram* y cuyo marcador de «megustas» sube rápidamente a medida que transcurre la canción –Imagen 1–.

Se emplea una voz en off al inicio del videoclip que exclama que «tú eres mi sexual inspiration», refiriéndose a la mujer ficticia a la que se dedica la canción.

Análisis videográfico.

Los cantantes J. Balvin y Jowell & Randy aparecen con atuendos extravagantes, similares a la estética visual del video. Junto a ellos está también la protagonista, a quien dedican esta canción, y otros bailarines, tanto mujeres como hombres. Todos ellos son jóvenes y se desenvuelven en diversos escenarios: por un lado, en lugares vacíos con fondos de colores vivos y, por otro, en un bar oscuro donde únicamente destacan las luces neón luciendo sobre los cuerpos de los presentes en la sala. Tan solo uno de los escenarios alberga una narración, que es el protagonizada por una mujer.

El vídeo relata una noche de fiesta, desde que la protagonista se prepara «ella se tarda arreglándose un par de horas» hasta que llega a la fiesta «el ritmo se adueña de tu piel y acabe toda la noche»; «que nos pasemos la noche dándole». El vídeo termina antes de que lo haga la fiesta, motivo por el que se desconoce su final.

Todos bailan, pero de diferente manera. Las mujeres lo hacen de forma sensual, con movimientos de caderas que aparecen en primer plano –Imagen 2–. Miran lascivamente a cámara y se tocan el pelo y la cara constantemente –Imagen 3–. Por el contrario, los bailes de ellos son exagerados, de saltar y mover los brazos, pero no especialmente eróticos. Respecto a

sus ropas, ellas aparecen con tops y pantalones cortos mientras ellos están vestidos con ropa más holgada. Hay una fragmentación del cuerpo de las mujeres.

Dos de ellas besan una estatua –Imagen 4– y otra come sandía –Imagen 5–, que probablemente tenga un significado erótico.

Interpretación.

Si se analiza superficialmente el videoclip de *Bonita*, únicamente se aprecia una canción dedicada por un hombre a una mujer que le atrae sexualmente. Es, incluso, hasta un tanto infantil la cantidad de efectos visuales que se utilizan. Sin embargo, la letra podría ser un claro ejemplo de la cultura de la violación: «y esto no para, hasta que estés sin conciencia, que fuiste la paciencia y te suelten las piernas». Tal vez esta frase se refiera únicamente a dejarse llevar por la música y bailar intensamente, sin embargo, enfatiza que sea inconscientemente. La canción envía el mensaje de que, cuando las mujeres están inconscientes, es excitante acceder sexualmente a sus cuerpos. Alguien que está dormido o inconsciente no puede ni desear ni dar su consentimiento, por tanto, cualquier acto sexual en esas circunstancias es una violación (Alario, 2021).

En este videoclip, a la mujer se la percibe como un objeto –«tú eres mi bebé, no te me salgas de en frente»–, que enciende sexualmente al varón –«se pone caliente cuando escucha este perreo / y yo también me pongo caliente si la veo»–. El «perreo» es una manera de llamar coloquialmente al *twerking*, que es un tipo de baile asociado generalmente al reguetón y que surgió en Puerto Rico en la década de 1990. Generalmente erótico, donde los movimientos de las caderas toman protagonismo, se baila en pareja, con uno de los bailarines –a menudo la mujer– inclinándose hacia adelante mientras el otro –a menudo el hombre– sigue el ritmo desde atrás. En muchas ocasiones, se vincula el empoderamiento femenino y la liberación sexual a través del baile, pero, como se ha visto, esta idea del empoderamiento está distorsionada pues muestra a las mujeres y a las niñas que la única forma de conseguir poder es a través de la hipersexualización (Walter, 2010).

KRIPPY KUSH (2017)⁵.

Krippy Kush es una canción de los puertorriqueños Farruko y Bad Bunny en colaboración con DJ el jamaicano Rvssian, lanzada en el año 2017. Tienen 19,4, 47,9 y 2,73 millones de seguidores en *YouTube*, respectivamente. No exento de controversias por su

⁵ Imágenes en «ANEXO»: «KRIPPY KUSH (2017)».

apología al consumo de drogas, el vídeo suma hoy más de 800 millones de visualizaciones. Posteriormente, realizaron una versión remix de *Krippy Kush* incluyendo la participación de artistas internacionales como Nicki Minaj y 21 Savage, ampliando, de esta manera, la popularidad de la canción en países no hispanohablantes.

Segmentación.

La letra de la canción se trata de un texto expositivo sin ser narrativo porque no cuenta ninguna historia, simplemente explica de manera clara y directa la temática, que es el consumo y el tráfico de cannabis. El «yo» de esta canción es una voz masculina interpretada, indistintamente, por los cantantes Farruko y Bad Bunny a lo largo de la canción. Su contenido aborda de modo explícito el consumo de drogas al decir «lo prendo y me pierdo en el humo» y tengo «los ojos rojos como el chapulín». En este caso, chapulín –en castellano saltamontes–, no se refiere al animal, sino a un personaje famoso de la televisión mexicana que tiene los ojos de ese color. Además, la letra alardea del tráfico de drogas –«yo tengo agricultores como Piculín»–, haciendo alusión al exjugador de baloncesto puertorriqueño Piculín Ortiz, que fue detenido por tener cultivos ilegales de marihuana.

El estribillo menciona que «las mujeres, «las putas», «las babys», «los maliantes» y «los gangsters» quieren drogas.

Análisis formal.

Aparecen, al principio del vídeo, unas letras presentando a los cantantes «FarrukoXBadBunnyXRvssian» y, a continuación, la primera escena en una cafetería. Es un vídeo con colores apagados, donde destacan los planos generales para mostrar desde una perspectiva amplia y primeros planos para mostrar a los cantantes y a las actrices. De hecho, son significativos los primeros planos de los rostros de las mujeres. La cámara sigue a las personas, está a su altura y tan solo se utilizan los contrapicados –grabaciones con una perspectiva desde abajo para arriba– con uno de los cantantes, Bad Bunny. Se utilizan, al final del vídeo, algunos efectos con luces neón para cambiar el color de toda la imagen.

Análisis videográfico.

El videoclip transcurre en una cafetería donde Farruko y Bad Bunny, acompañados de tres mujeres, comen las típicas tortitas americanas con la peculiaridad de que están elaboradas con cannabis. No sucede ningún acontecimiento importante en los casi cuatro minutos que dura el cortometraje, tan solo son una sucesión de escenas donde los artistas cantan.

Farruko y Bad Bunny interpretan a dos traficantes de drogas y se juntan con «maleantes» que comen en la mesa de al lado de la cafetería. Los espacios donde se desenvuelven son muy acotados porque, fundamentalmente, el vídeo transcurre en dos escenarios: en una cafetería y fuera de ella, en el aparcamiento. Hay otra escena en un coche, pero es insignificante comparándola con la frecuencia con la que aparecen las otras dos.

Los cantantes y los actores, todos jóvenes, visten con pantalones largos, camisetas y chaquetas vistosas. Además, llevan gafas de sol, sin que haya aparentemente claridad que les pueda molestar, por lo que se intuye que es un accesorio más –Imagen 1–. Ellas, de edades similares a sus congéneres masculinos, visten con tops y pantalones cortos –Imagen 2–, y sus cuerpos aparecen fragmentados como, por ejemplo, cuando se enfoca al pecho y abdomen de una actriz –Imagen 3–. Respecto a los «maleantes», visten completamente de negro.

Tanto Farruko como Bad Bunny se dirigen a cámara mientras cantan, pero de una manera sutil, sin fijar la mirada. En cambio, las actrices permanecen más tiempo con la mirada firme, sobre todo mientras fuman y exhalan el humo del puro –Imagen 4, Imagen 5, Imagen 6, Imagen 7–.

Interpretación.

Krippy kush es una canción que trata sobre las drogas y la subcultura que se ha creado en torno a ellas: venta y transporte, y prostitución. El videoclip muestra de manera explícita el cannabis y el título de la canción es un término que combina dos palabras relacionadas con la jerga. *Krippy* se refiere a marihuana de alta calidad, especialmente aquella que es potente y de buena apariencia; *kush* es una variedad específica de marihuana que se origina en la región montañosa del Hindu Kush, cerca de Afganistán y Pakistán, y es conocida por sus efectos sedantes y relajantes. Por tanto, la canción ensalza el consumo de marihuana, pero no de cualquier tipo, sino una de primera calidad. La letra dice que «los maleantes quieren *krippy* y las putas quieren *kush*».

Los cantantes y actores que aparecen en el vídeo podrían pasar por un grupo de amigos «normal» porque ellos mismos reconocen que «aquí pasamos moñas por el TSA». Es decir, que para la *Transportation Security Administration*, son poco sospechosos de estar cometiendo actos delictivos.

El vídeo no contiene elementos pornográficos explícitos, pero, si se analiza bien, se pueden comprobar las miradas lascivas que realizan las mujeres a cámara, especialmente cuando fuman los puros. Este gesto recuerda a la teoría psicoanalítica de Edward Bernays,

padre de las relaciones públicas y sobrino de Sigmund Freud, sobre el cigarrillo como un símbolo fálico, lo que saciaría la supuesta envidia del pene de las mujeres (Baghli, 2021). Se interpreta también como un símbolo que apela a la independencia y al empoderamiento femenino. Otro elemento pornográfico podría ser cuando Bad Bunny, al cantar «las putas quieren kush», hace un gesto con la mano de meter y sacarse algo de la boca, que podría representar una felación.

Una de las actrices del vídeo es, realmente, una famosa actriz porno. Su aparición es un hecho con bastante significado porque, probablemente, se asuma como un medio para transgredir tabúes respecto al sexo. También es probable que se haya recurrido a ella para aumentar la visibilidad del vídeo y atraer audiencia. Como ya se ha visto en el marco teórico, la utilización de actrices porno en vídeos musicales sirve para otorgar más poder a los hombres.

SIN PIJAMA (2018)⁶.

Sin Pijama es una canción interpretada por la cantante estadounidense de ascendencia mexicana Becky G y por la cantante dominicana Natti Natasha. Ambas son dos grandes conocidos de su género musical, el reggaeton/trap, y eso se refleja en el número de seguidores que tienen en *YouTube*, donde millones de personas en todo el mundo –pero, especialmente, en países hispanohablantes– escuchan su música y ven los videoclips de las canciones. Becky G cuenta con 21,9 y Natti Natasha 16,6 millones en esta plataforma. La canción, que se publicó en el año 2018, cuenta con más de 2 mil millones de visualizaciones, erigiéndose como una de las más exitosas de esta última década.

Segmentación.

Sobre esta canción, se pueden hacer dos interpretaciones distintas en función de si se analiza la letra o el vídeo. La letra se encuentra entre la exposición y la instrucción, pues explica lo que va a ocurrir a continuación condicionalmente –«si tú me llamas»– a la vez que define una serie de pasos para que siga el receptor –«así que dale pom-pom-pom-pom-pom / ponle carne a mi sazón-zón-zón-zón-zón / choca to' eso con mi bon-bon-bon-bon-bon»–. Como emisor, se identifica una voz femenina –con la conjugación del verbo «ser» en primera persona se refiere a sí misma con un adjetivo con morfema flexivo de género femenino: «pero soy una perra en la cama»– que se dirige a un destinatario masculino, que se puede presuponer que es su pareja –al referirse a él el adjetivo se construye con morfema flexivo de género masculino:

⁶ Imágenes en «ANEXO»: «SIN PIJAMA (2018)».

«solo, solito en la habitación»-. Sin embargo, desde un punto de vista textual, lo más reseñable es el acto de habla directivo: la intención del emisor, la voz femenina, es influir en la conducta del receptor, su pareja, seduciéndolo, invitándolo a pasar toda la noche manteniendo relaciones sexuales –«nos quedamo' en la cama / sin pijama, sin pijama»-.

Respecto al videoclip, las escenas que aparecen son fruto de la fantasía de un hombre, el cantante Prince Royce, que imagina la fiesta de pijamas que han organizado Becky G y Natti Natasha. La conexión entre imagen y letra, por tanto, se limita a la noche –que en la canción no se menciona explícitamente, pero se infiere a partir de oraciones como «seré tuya hasta la mañana» o «baby, hoy no vamo' a dormir»- y al título de la canción, al pijama, que aparece como símbolo en el vídeo.

Análisis formal.

Destacan los primeros planos de las cantantes, especialmente cuando se dirigen a la cámara. Los planos generales suelen ser de corta duración y muestran escenas donde aparecen todas las mujeres del vídeo. Se realizan muchos movimientos de cámara, generalmente, para cambiar de un plano general a un primer plano y se utilizan los contrapicados para mostrar los cuerpos de Becky G, resaltando sus piernas –Imagen 1-, y de Natti Natasha, enfocando a su pecho –Imagen 2-.

Análisis videográfico.

Becky G y Natti Natasha, protagonistas del videoclip, se encuentran en una mansión con más amigas celebrando una fiesta de pijamas. Todas son jóvenes y allí bailan, beben alcohol, juegan al billar y hacen una guerra de almohadas. Hay escenas tan sorprendentes como la de Becky G subida sobre una cebra artificial.

La elección del escenario sugiere que las cantantes probablemente estén interpretando a dos mujeres de clase alta –Imagen 3- que visten con joyas y prendas opulentas, como abrigos de pelo. En algunas escenas, aparecen en ropa interior de encaje, especialmente en las últimas cuando se acarician y juegan entre ellas mientras están tumbadas en la cama. El resto de las actrices que participa en la fiesta también está en ropa interior, pero en lencería sobria de color blanco, muy distinta a las de las cantantes, que es negra y de encaje en la mayor parte de las escenas. Por el contrario, los dos únicos hombres que aparecen en el vídeo lo hacen vestidos.

Las intérpretes se dirigen en la mayor parte del cortometraje a la cámara mientras cantan, sonrían, la apartan con la mano e, incluso, le lanzan un beso –Imagen 4-. Guiñan y sacan la lengua sensualmente –Imagen 5-. Alguna otra protagonista del vídeo también mira a

cámara –Imagen 6–. En contadas ocasiones, Becky G y Natti Natasha también se miran entre ellas, como si hubiera algún tipo de tensión sexual –Imagen 7–.

Interpretación.

Sin pijama es una canción atractiva por el ritmo y por su letra repetitiva que resulta fácil de aprender. Tanto la canción como el videoclip contienen elementos pornográficos, hecho que explicaría, en gran medida, el éxito de este tema. Autores como Illescas (2014) clasifican este tipo de videoclip como afrodisíaco, que se caracteriza por provocar sexualmente a la persona espectadora, y tiene especialmente éxito entre adolescentes y jóvenes. Las personas y el sexo se convierten en una mercancía más que explotar para obtener el mayor beneficio económico.

Se utiliza un lesbianismo fingido entre las dos cantantes que resulta un tanto ridículo porque ambas tienen unas vidas espectacularizadas que muchas personas conocen que en la vida real tienen parejas masculinas. Además, existe una contradicción entre la letra de la canción, que va dirigida a un hombre, y las imágenes que se presentan, que son de carácter lésbico. Como hemos visto, este lesbianismo fingido también se usa en la pornografía y probablemente tenga un público masculino heterosexual no despreciable. Como insinúa la canción, es una fantasía varonil, por lo que no representa de manera realista las experiencias y relaciones sexuales entre dos mujeres. De hecho, este tipo de imágenes a menudo están repletas de estereotipos, que tan solo sirven para la gratificación sexual al espectador.

La letra tiene un alto contenido sexual con ejemplos como que «cuando llegue desbaratamo' la cama» y «nos quedamo' en la cama sin pijama». Establece una dicotomía entre «santa y puta» de las mujeres cuando dice que «siempre he sido una dama, pero soy una perra en la cama». Por último, fomenta una visión positiva sobre las drogas cuando comenta que «'tamos viajando en cannabis».

UNA FOTO REMIX (2024)⁷.

Una foto Remix es una nueva versión de la canción del cantante uruguayo Mesita, que cuenta con la participación de los artistas argentinos Tiago PZK, Nicki Nicole y Emilia Mernes. Esta nueva versión, de 2024 –la original se lanzó en 2023–, ha ampliado letra y estrenado nuevo videoclip, con casi 300 millones de visitas y ocupando el 30º lugar en la lista de las 100 canciones más escuchadas en *YouTube* España según el algoritmo de la plataforma⁸.

⁷ Imágenes en «ANEXO»: «UNA FOTO REMIX (2024)».

⁸ Lista de junio de 2024, seis meses después de su lanzamiento. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/playlist?list=PL4fGSI1pDJn4jhQB4kb9M36dvVmJQP4T>

Segmentación.

La letra de esta canción es explícitamente pornográfica: se trata de un texto dialógico en el que dos voces en primera persona, una masculina –referida como «Papi» por el otro interlocutor– y otra femenina –referida como «Mami» por el otro interlocutor– hablan, a través de varias intervenciones, sobre las relaciones sexuales que mantienen entre ambos y las fotos y grabaciones que realizan durante el acto –aunque cabe destacar que ellas a veces interpretan la voz masculina y ellos nunca la femenina–. El vídeo, por su parte, muestra los bailes sensuales de Emilia Mernes –Imagen 1, Imagen 2–, que contrastan con las actitudes chulescas de ellos –Imagen 3, Imagen 4–.

El estribillo –«Tírame una foto, que se vea / En la nave mientras hacemos cosas fea' / Mami, ese toto bellaquea / Si dicen que soy bandido, no les crea'»– se repite ocho veces a lo largo de toda la canción, aunque sin seguir un número regular de estrofas. El resto de las estrofas expresa la misma idea con otras palabras: fotografiarse o filmarse mientras mantienen relaciones sexuales. Con la segunda estrofa introductoria, antes del primer estribillo, ya se infiere que «cosas fea'» se refiere al acto sexual: «En lo oscuro haciendo las cincuenta de Grey», dice nada más empezar, aludiendo a la novela *Cincuenta sombras de Grey*, de E. L. James, o su adaptación al cine, con el mismo título, estrenada en 2015. Ambas versiones cuentan la historia de una estudiante que se enamora de un joven millonario con gustos sexuales sadomasoquistas.

Análisis formal.

El videoclip se ha rodado en unas instalaciones de hormigón abandonadas a las afueras de una ciudad –en algunos planos pueden verse árboles de fondo y, a lo lejos, otras construcciones–. La cámara suele acompañar los movimientos de los cantantes y el cambio de plano y los cortes son constantes.

Análisis videográfico.

El videoclip es meramente performativo. Los cuatro cantantes bailan juntos o por separado en las instalaciones mencionadas –Imagen 5–. A veces, se muestran imágenes de un coche derrapando –Imagen 6–. Mesita viste una chaqueta y unos pantalones deportivos de conducción; Tiago PZK, un chándal con gorra; y Nicky Nicole y Emilia, ropa vaquera y chándal, ambas enseñando el vientre. La ambientación resulta urbana, de extrarradio y los personajes masculinos coquetean con el mundo del crimen, algo acorde con su estética –«Como Bonnie and Clyde, tamo fuera 'e la ley»–.

Interpretación.

La canción, como ya se ha indicado, es tan explícita que basta una interpretación literal para evidenciar la dimensión pornográfica. Además de la referencia a *Cincuenta sombras de Grey*, la violencia sexual está presente en otros comentarios, como «eso a mí me incentiva, yo la voy a castigar / partiéndola a la mitad porque es una sátira». A ello sumamos las referencias a la web de pornografía *Onlyfans*, una plataforma para subir contenido sexual propio disponible solamente para suscriptores de pago de específicamente un usuario concreto –«me la guardo yo, esa no va pa OnlyFan'»–, y de *RedTube*, un sitio web de pornografía gratuita –«ya no e' una foto, e' un video pa RedTube»–. No son, sin embargo, las únicas referencias a la publicación de contenido sexual propio: «Si salimo' juntos, tenemo' un par de "me gusta"» –aquí se alude, incluso, a la interacción con otros usuarios, que dan «me gusta»–.

La estrofa, quizá, más explícita, es la siguiente: «contigo, bandida, quiero una foto atrevida / pa verla todo' los días / y recordar cuando arriba estabas mojá / una foto en cuatro y otra en 4K / me la guardo yo, esa no va pa OnlyFan' / vamos pa mi cama, terminemo el plan». Más allá de expresiones como «mojá», que se refiere a la lubricación vaginal –nótese que solamente se sexualiza el cuerpo de la mujer y nunca el del hombre tanto en la letra como en el vídeo–, se debe destacar el juego de palabras «Una foto en cuatro y otra en 4K». 4K es la máxima resolución de imagen –detrás del 8K–, mientras que «Una foto en cuatro» sugiere fotografiar a una mujer colocada en la postura del coito a tergo.

Se hace apología de las drogas –«Traen porro en cantidad, al party sin panti va», «Cuando estamos prendiendo el blunt⁹ dentro 'e la habitación»–.

4. RESULTADOS.

Se presentan a continuación los resultados del análisis cualitativo realizado de cinco videoclips *mainstream* publicados en años comprendidos entre el 2016 y el 2024 en *YouTube*. El objetivo principal que se marcó en esta investigación era conocer los elementos comunes entre estos videoclips musicales y la pornografía.

El elemento común fundamental entre ambos es la idea del dominio sexual de los varones sobre las mujeres. Probablemente, la canción de *Cuatro Babys* sea el mejor ejemplo para representar el fenómeno de la hipervirilidad sexual. Es el hombre es el que exhibe un claro dominio sobre las cuatro mujeres, ignorando sus sentimientos y opiniones sobre la relación que mantiene con ellas. Esta falta de empatía es habitual también en las escenas pornográficas,

⁹ *Blunt* es un tipo de cigarro de cannabis preparado con hojas de tabaco en vez de liar.

donde tan solo importa el disfrute masculino. Además, en el videoclip de esta canción, hay una escena controvertida que muestra a una de las actrices preparándose para realizar una felación al cantante Maluma, comportamiento similar al que se aprecia en las escenas de «culto al falo» presentes en películas pornográficas.

Otros ejemplos de adoración fálica se encuentran en el videoclip de *Krippy Kush*, cuando las actrices llevan el puro a la boca y cuya interpretación puede relacionarse con el símbolo del pene. La cantidad de tomas grabadas de las mujeres fumando delante de la cámara levanta sospechas de que la intención es sexual. En la canción de *Una foto remix* también se hace una alusión a las felaciones cuando una de las cantantes canta que «cuando bajo le gusta».

Los videoclips recuerdan al género gonzo en la pornografía. Las mujeres en estos vídeos, como las actrices pornográficas en este género, siguen la cámara e interactúan con ella dando la impresión de que se dirigen a un espectador. Como ya se sabe, estas miradas cumplen una función fálica o de contacto, para atraer la atención de la persona espectadora. Las cantantes realizan gestos faciales que recuerdan a los que pudiera hacer una mujer durante las relaciones sexuales o mientras se masturba. Este recurso se percibe, especialmente, en *Sin pijama*, donde las dos artistas, Becky G y Natti Natasha cantan y bailan delante de la cámara. Incluso en las escenas finales, las dos se miran entre ellas de manera provocativa mientras alternan la mirada a cámara, como si un hombre las estuviera observando –similar a los vídeos pornográficos POV, *Point of View*–.

La fratria masculina se percibe en *Cuatro babys* y en *Bonita*. Ellos bailan, se divierten y se abrazan. Las mujeres cuando están acompañadas de otras mujeres lo hacen en escenas con carácter lésbico. El lesbianismo fingido es una constante en uno de los videoclips analizados –*Sin Pijama*–. Las cantantes realmente tienen parejas masculinas. Esto puede contribuir a la sensación de «ficción» y al refuerzo de una ideología de «todo vale» para obtener el mayor beneficio económico.

Uno de los temas más recurrentes en todos los videoclips es la hipersexualización de las mujeres o, mejor dicho, su pornificación. Ellas se convierten en objetos sexuales, enfatizando su atractivo físico y sexual. Tanto las artistas mujeres como las actrices posan sensualmente ante la cámara y miran de manera lasciva. De los cinco vídeos elegidos, en dos aparecen chicas en ropa interior; en los otros tres no, pero sí lo hacen con ropa corta y sin mangas, como puede ser un top y una minifalda. No ocurre lo mismo con los varones, puesto

que en ninguno aparecen semidesnudos. Hay, por tanto, una primera diferencia sexista y, junto a ella, el uso del maquillaje, solo presente en mujeres.

Se deduce que existe una estrecha relación entre esta hipersexualización y los roles de género. Las mujeres están para seducir, buscando el «agrado» –es parte de la «Ley del Agrado», como señalaría Amelia Valcárcel– y ellos para mostrar su poder, en concreto, el sexual. Esto se puede comprobar en las miradas a cámara porque ellas lo hacen de manera seductora, mientras se tocan el cabello o se chupan el labio –como sucede en *Bonita* con una de las actrices protagonistas y en *Sin pijama* con la cantante Natti Natasha–. Ellos se dirigen a cámara, pero de una manera muy distinta porque lo hacen sin connotación sexual, excepto en el videoclip de *Cuatro babys*. En él, Maluma –cantante– mira a cámara, pero con cierta posición de poder.

Los gestos también denotan que la mujer es la sensual y el hombre el duro, como Maluma en *Cuatro Babys* cuando frunce el ceño mirando a cámara. Se muestra, además, la imagen del hombre triunfador que mantiene relaciones sexuales con más de una mujer –*Cuatro Babys*, *Krippy Kush*– o que consigue mantenerlo con la chica que le gusta –*Bonita*–. En el videoclip de *Una foto remix*, los dos cantantes también se muestran chulos ante la cámara, muy distintos a ellas. De hecho, una de las cantantes, se muestra sensual mientras realiza bailes provocativos.

En el videoclip de *Bonita*, se aprecia a la perfección cómo las mujeres son las que encienden sexualmente al varón. Él se excita con tan solo verla «perrear». Esta canción podría ser un ejemplo de la cultura de la violación cuando dice que «esto no para hasta que estés sin conciencia / que fuiste la paciencia y te suelten las piernas». Se normaliza, por tanto, unas prácticas que violan completamente los derechos y libertades de las mujeres.

La letra de varias canciones alude a la dicotomía «santa-puta». En *Sin pijama* se canta que «siempre he sido una dama, pero soy una perra en la cama»; en *Una foto*, que «sabe que soy su gata, en la cama una... shh»; y en *Bonita* «fiera de noche, una santa de día». Se transmite la idea de que son «buenas chicas», pero «malas» en la intimidad porque son activas sexualmente. Sugiere la dualidad de comportamiento, pero también un doble imperativo para las mujeres: se espera que sean recatadas excepto

La ostentación y el consumo son temas muy recurrentes en los videoclips musicales. En todos –tal vez menos evidente en *Bonita*– se muestran símbolos de estatus y riqueza. En *Sin Pijama*, Becky G y Natti Natasha están en una gran mansión con muebles de lujo. La lencería

y trajes que visten parecen de alta costura. Similar es vídeo de *Cuatro babys*, que contiene elementos decorativos caros y la letra de la canción hace referencia al dinero en varias ocasiones, como cuando se menciona la marca de relojes *Ulysse Nardin* o cuando se canta «toa' quieren chingarme encima de billete' de cien». En *krippy Kush* los cantantes presumen del dinero que ganan vendiendo droga y en *Una foto remix* aparecen coches de alta gama. El motivo por el que se utilizan tantos elementos lujosos en estos vídeos se desconoce, pero tal vez se haga con la intención de reforzar el poder de los presentes. En *Cuatro babys*, los cantantes no solo gozan de un gran poder sexual, sino también monetario.

Krippy Kush menciona otro producto cultural que es todo un fenómeno, el videojuego. En concreto, dice que las putas se montan fácil como en *GTA. Grand Theft Auto* es una saga que permite robar coches, atracar tiendas, asesinar a transeúntes, asaltar bases militares y enfrentarse a la policía, entre otras. Los protagonistas siempre son delincuentes, así que el jugador tiene todo tipo de armas a su alcance. En algunas entregas, se puede traficar con drogas e incluso consumirlas, aunque la constante son las prostitutas. El jugador puede pitar a la que quiera desde el coche para que se suba con él. Una vez lo ha hecho, la prostituta le pedirá que conduzca a un lugar tranquilo. Cuando encuentran un descampado o un callejón, se apagan las luces del vehículo y este empieza a botar mientras se escuchan gemidos. Cuando acaban, el jugador pierde unos cuantos dólares y la prostituta se baja. En ese momento, si el jugador quiere, tiene la libertad total para asesinarla de la forma que quiera y recuperar el dinero. Por tanto, la canción contiene un significado implícito acerca de violar a prostitutas y asesinarlas.

Se aprecia cómo hay una fragmentación del cuerpo en los primeros planos de sus pechos y abdomen de cuatro de los videoclips analizados. En *Cuatro babys*, la cosificación conduce a clasificar a las mujeres incluso por atributos físicos –nalgona, pelirroja...-. Como sucede con las categorías en las páginas web pornográficas. Esta objetualización no solo se reduce a las mujeres, sino a los animales. En *Sin Pijama* aparece una cebra ficticia, pero en *Bonita* aparecen animales vivos como una rata.

Se produce una aniquilación simbólica de las mujeres, tanto de las cantantes como de las actrices. Todas ellas se ajustan a un estándar de belleza concreto: jóvenes y guapas. Se las representa como objetos sexuales, enfatizando sus atributos físicos y reduciendo su identidad a su apariencia. Interpretan roles muy estereotipados como el de la fiestera y seductora. Las mujeres en los videoclips a menudo no tienen un rol activo ni significativo más allá de ser

acompañantes y objetos de deseo. No se les da voz poder, subrayando su papel subordinado, principalmente para satisfacer los deseos del hombre protagonista.

5. DISCUSIÓN.

Tras analizar cinco videoclips musicales exitosos de la página web *YouTube* publicados entre los años 2016 y 2024, se obtienen datos que sugieren la existencia de elementos pornográficos incluidos en ellos. El dominio sexual de los varones sobre las mujeres se refleja en la mayor parte de estos vídeos, junto con otras características como la fratria masculina, la hipervirilidad sexual y el lesbianismo fingido. Hay escenas en estos cortometrajes con contenido tan pornográfico que recuerdan a una película de este tipo. Sin embargo, esta pornificación de la música no solo se halla en el vídeo, sino en la letra de la canción.

Hay otros elementos que apuntan a la incursión de la pornografía en los videoclips musicales. Por ejemplo, el vestuario que utilizan, las coreografías, las tomas de cámara y los gestos. Todo, por mimicamente importante que parezca, contribuye a crear una estética pornográfica. Como señalaría Illescas (2014), en la industria musical se ha pasado de *soft* erótico al *soft* porno, introduciendo elementos pornográficos, como consecuencia de un proceso de pornificación que se está viviendo en más ámbitos culturales. Este autor desarrolló su tesis doctoral sobre la industria musical, exponiendo que se trata de una herramienta reproductora del sistema ideológico dominante. Aunque no es una investigación eminentemente feminista, comprobó que las mujeres que aparecían en los videoclips musicales lo hacían habitualmente hipersexualizadas y que los videoclips musicales buscan la provocación sexual para ganar visualizaciones.

Se descubre que hay diferencias entre mujeres y hombres en los videoclips. La mujer se representa como un ser dicotómico pues, como se pregunta De Toro (2011), «¿ser virgen o ser perra?, ¿ser dulce o gata?». Existe una doble moral sexual que se refleja en las canciones porque a diferencia de los varones, a ellas se les exige ideas contradictorias; por un lado, que sean castas de día, y, por otro, que sean promiscuas de noche o en la intimidad sexual. A los varones, por el contrario, se les valora expresar sin censuras sus comportamientos sexuales, como en *Cuatro Babys*. Expone Gómez (2017) que la expectativa patriarcal de la potencia sexual transmite la idea de que los hombres están dispuestos a mantener siempre relaciones sexuales. Además, cuantas más relaciones consigan consumir, mayor reputación tendrán. No se valora únicamente el número, sino que se haga con muchas mujeres distintas.

Las mujeres en los videoclips son meros adornos para los hombres, apareciendo en número excesivo en los vídeos, aunque como figuras anónimas y fácilmente reemplazables: lo importante no es quién está, sino que haya muchas mujeres en la pantalla acompañando a otros hombres. Son, utilizando el concepto de Celia Amorós, las *idénticas* y sus cuerpos se entienden como objetos de dominio público pero que, sin embargo, deben cumplir determinadas características para ocupar el espacio público.

Los videoclips musicales analizados parecen difundir el mensaje del empoderamiento sexual femenino, sin embargo, hay estudios que han revelado que esto poco tiene que ver con un verdadero empoderamiento como el realizado por un grupo de investigadores de la Universidad de Sevilla (Jorge et al., 2020). Analizaron un total de doce canciones y cinco videoclips musicales exitosos de habla hispana y que habían sido calificadas como feministas o empoderantes. Descubrieron que estos transmitían una imagen de la mujer muy hipersexualizada y cargada de estereotipos sexistas. Sin embargo, estas canciones pretendían proyectar una imagen bien distinta: la de una mujer independiente y capaz de tomar decisiones por ella misma. Por ejemplo, *Sin pijama* es una canción donde la mujer tiene la iniciativa sexual al decidir que no llevará el pijama a casa de su acompañante, sin embargo, el contenido de su letra y las imágenes del videoclip están lejos de considerarse feministas. Una línea de investigación se abre en este sentido respecto a si esta música es capaz de cambiar los roles y estereotipos sexistas tradicionales o más bien reforzarlos.

Uno de los hándicaps de esta investigación es la inexistencia de estudios que relacionen la pornografía con la industria musical y, mucho menos, con los videoclips musicales. Tal vez sea por la complejidad del tema que aborda, por un lado, el fenómeno de la industria musical y, por otro, el fenómeno de la industria de la explotación sexual. Encontrar los puntos en común en ambas es complicado porque intervienen muchos factores. Asimismo, la dificultad del tema radica la existencia de otros fenómenos interrelacionados, como el de las drogodependencias y el de la ostentación y el consumo.

El tamaño de la muestra seleccionada para realizar este análisis cualitativo es una de las limitaciones de este trabajo. Se ha elegido una muestra reducida por motivos de espacio, razón por lo que es complicado extraer conclusiones que puedan generalizarse a toda la industria del videoclip. Una buena investigación incluiría un análisis exhaustivo de cientos de videoclips similares y significativos en cuanto a reproducciones. No obstante, las interpretaciones que se

realizan en este trabajo pueden resultar valiosas en la medida de que se han analizado canciones muy exitosas, con millones de visualizaciones de *YouTube*.

El análisis de estas canciones es, por ende, es un tema complejo y multidimensional que va más allá de una simple relación entre la industria de la explotación sexual y la industria musical. Realmente, es un vínculo entre patriarcado y capitalismo –por muy cliché que pueda sonar–, porque la cuestión que se aborda en este trabajo es la subordinación sexual femenina –tema histórico dentro de la teoría feminista–, pero analizada dentro del entramado social, económico y político actual.

Estos videoclips parecen revestirse de transgresión y modernidad, sin embargo, probablemente escondan el sexismo «rancio» de toda la vida. Su análisis crítico es importante y, especialmente, desde una perspectiva feminista, porque se examina cómo se representa a las personas según su sexo, su uso como mercancía –especialmente de las mujeres– y la transmisión de la nueva normatividad femenina y masculina. Es relevante ser críticos con todos géneros musicales y con la idea que se está desarrollando el mundo de la cultura de «todo vale» con tal de obtener el mayor beneficio económico. Asimismo, es importante el desarrollo del pensamiento crítico para cuestionarse aquello que la industria musical pretende vender como empoderante en detrimento de una verdadera liberación sexual femenina.

BIBLIOGRAFÍA

- Alario, M. (2021). *Política sexual de la pornografía: Sexo, desigualdad, violencia*. Ediciones Cátedra.
- Amorós, C. (1987). Espacio de los iguales, espacio de las idénticas. Notas sobre poder y principio de individuación. *Arbor*, 128(503), 113.
- Amorós, c. (2005). La dialéctica del sexo de Shulamith Firestone: modulaciones feministas del freudo-marxismo. En C. Amorós y A. de Miguel (Eds.), *Teoría feminista: de la ilustración a la globalización* (pp. 69-106). Editorial Minerva.
- Amorós, C. (2010). *Violencia patriarcal en la era de la globalización: de Sade a las Maquilas* [ponencia]. VI Congreso Estatal Isonomía sobre Igualdad entre mujeres y hombres, Castellón, España.
- Anderson, S. (2002). Prostitution and Sexual Autonomy. Making Sense of the Prohibition of Prostitution. *Ethics*, 112, 748-780.
- Attwood, F. (2010). *Mainstreaming sex: The sexualization of Western culture*. Tauris.

- Baghli, A. (2021). *Torches of Freedom and Gender Inequality* [simposio]. Undergraduate Research Symposium.
- Ballester, L., Orte, C., y Pozo, R. (2014). Estudio de la nueva pornografía y relación sexual en jóvenes. *Anduli. Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, 13, 165-178.
- Barry, K. (1987). *Esclavitud sexual de la mujer*. Barcelona: La Sal.
- Becky G y Natti Natasha (2018, 20 de abril). *Sin Pijama* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=zEf423kYfqk>
- Bernárdez, A. (2020). Cosificación. En A. Puleo (Ed.), *Ser feministas: Pensamiento y acción* (pp. 59-61). Ediciones Cátedra.
- Cobo, R. (2015). El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad. *Investigaciones feministas*, 6, 7-19.
- Cobo, R. (2017). *La prostitución en el corazón del capitalismo*. Los libros de la Catarata.
- Cobo, R. (2020). *Pornografía: El placer del poder*. Ediciones B.
- De Miguel, A. (2015). La revolución sexual de los sesenta: una reflexión crítica de su deriva patriarcal. *Investigaciones feministas*, 6, 20-38.
- De Miguel, A. (2015). *Neoliberalismo sexual*. Ediciones Cátedra.
- De Toro, X. (2011). Métele con candela pa'que todas las gatas se muevan. Identidades de género, cuerpo y sexualidad en el reggaetón. *Revista Punto Género*, 1, 81-102.
- Dines, G. (2010). *Pornland: How Porn Has Hijacked Our Sexuality*. Beacon Press.
- Dworkin, A. (1981). *Pornography: Men Possessing Women*. Perigree Books.
- Dworkin, A. (1989). *Ponography. Men Possessing Women*. Plume Book.
- Engels, F. (2008). *El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado*. Madrid: Alianza Editorial (original publicado en 1884).
- Farruko, Bad Bunny, Rvssian (2017, 4 de agosto). *Krippy Kush* [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=j1_JW7An2l0
- Favaro, L. y De Miguel, A. (2016). *¿Pornografía feminista, pornografía antirracista y pornografía antiglobalización? Para una crítica del proceso de pornificación cultural*. Labrys.
- Friedan, B. (2016). *La mística de la feminidad*. Ediciones Cátedra (original publicado en 1963).
- Gallego, J. (5 de febrero de 2020). Mover el culo. *Público*.
- Gómez, A. (2017). Masculinidad y gramática sexual del “putero”. En L. Nuño y A. de Miguel (Dirs.), y L. Fernández (Coord.), *Elementos para una teoría crítica del sistema prostitucional* (pp. 143-156). Editorial Comares.

- Greer, G. (1985). *Sexo y destino*. Plaza & Janés.
- Guarinos, V. (2011). La edad adolescente de la mujer. Estereotipos y prototipos audiovisuales femeninos adolescentes en la propuesta de Disney Channel. *Revista Comunicación y Medios*, 23, 37-46.
- Hanisch, C. (1970). The Personal Is Political. *Notes from the Second Year: Women's Liberation*.
- Hustvedt, S. (2019). *La mujer que mira a los hombres que miran a las mujeres*. Seix Barral.
- Illescas, J. E. (2014). Industrias culturales y juventud en el sistema-mundo. El videoclip mainstream como mercancía y como reproductor de ideología. [Tesis Doctoral, Universidad de Alicante].
- Illescas, J.M. (2019). *Educación tóxica. El imperio de las pantallas y la música dominante en niños y adolescentes*. El Viejo Topo.
- J. Balvin y Jowell & Randy (2017, 2 de junio). *Bonita* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=SqpvOgRieYY>
- Jeffreys, S. (2005). *Beauty and misogyny: Harmful Cultural Practices in the West*. Routledge
- Jorge, A., Samaniego, J., y Vega, S. (2020). *Feminismo Mainstream: la representación de la mujer y su empoderamiento en el videoclip musical de habla hispana* [ponencia]. XI Congreso Internacional ULEPICC, Sevilla, España.
- Krafka, C. L (1985). Sexually explicit, sexually violent, and violent media: effects of multiple naturalistic exposures and debriefing on female viewers (jury decisionmaking) [tesis doctoral, Universidad University of Wisconsin-Madison].
- Lerner, G. (2022). *La creación del patriarcado*. Katakarak (original publicado en 1986).
- MacKinnon, C.A. (1995). *Hacia una teoría feminista del Estado*. Ediciones Cátedra.
- Maffía, D. (2011). *Tecnología y control social de los cuerpos sexuados* [simposio]. III Congreso Iberoamericano de Filosofía de la Ciencia y la Tecnología, Buenos Aires, Argentina.
- Maluma (2016, 14 de octubre). *Cuatro Babys* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=OXg-JP8w5H4>
- McNair, B. (1996). *Mediated sex: Pornography and postmodern culture*. St. Martin's Press.
- McNair, B. (1996). *Mediated sex: Pornography and postmodern culture*. St. Martin's Press.

- Menéndez, M. I. (2021). Culo prieto, cabeza ausente: una reflexión feminista sobre la pornograficación en las industrias culturales. *Atlánticas. Revista Internacional de Estudios Feministas*, 6(1), 106-135.
- Mesita, Nicki Nicole, Emilia, Tiago PZK (2024, 5 de enero). *Una Foto Remix* [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=LWdAMW_4Yq0
- Millet, K. (2017). *Política sexual*. Ediciones Cátedra (original publicado en 1970).
- Murillo, S. (2020). Belleza como sujeción. En A. Puleo (Ed.), *Ser feministas: Pensamiento y acción* (pp. 29-32). Ediciones Cátedra.
- Palomo, E. (2015). *Sylvia Pankhurst, sufragista y socialista*. Almud.
- Paul, P. (2005). *Pornified: How Pornography Is Damaging Our Lives, Our Relationships, and Our Families*. Times Books.
- Perona A. J. (2020). El feminismo liberal estadounidense de posguerra: Betty Friedan y la refundación del feminismo liberal. En C. Amorós y A. De Miguel (Eds.), *Teoría Feminista: Del Feminismo liberal a la posmodernidad* (pp. 13-34). Biblioteca Nueva.
- Poulin, R. (2009). Vamos hacia una pedofilización de la trata / Entrevistado por Mariana Carbajal. Página 12.
- Puleo, A. (1992). *Dialéctica de la sexualidad: Género y sexo en la filosofía contemporánea*. Ediciones Cátedra.
- Puleo, A. (1995). Patriarcado. En C. Amorós (Ed.), *10 palabras clave sobre Mujer* (pp. 21-54). Editorial Verbo Divino.
- Puleo, A. (2020). Patriarcado. En A. Puleo (Ed.), *Ser feministas: Pensamiento y acción* (pp. 215-218). Ediciones Cátedra.
- Puleo, A. (2020). *Ser feministas: Pensamiento y acción*. Ediciones Cátedra.
- Real Academia Española. (s.f.). Pornografía. *En Diccionario de la Real Academia de la Lengua*.
- Rich, A. (1985). Heterosexualidad obligatoria y existencia lesbiana. *Nosotras que nos queremos tanto. Revista Feminista*, 3.
- Rodríguez, J., Aguaded, J.I. (2014). Propuesta metodológica para el análisis del vídeo musical. *Quaderns del cac*, 16(9), 63-70.
- Sambade, I. (2017). La instrumentalización de la sexualidad. Masculinidad patriarcal, Quaderns del CAC, pornografía y prostitución. En L. Nuño y A. de Miguel (Dirs.), y L.

- Fernández (Coord.), *Elementos para una teoría crítica del sistema prostitucional*, (pp. 169-180). Editorial Comares.
- Szil, P. (2004). *Los hombres, la pornografía y la prostitución* [ponencia]. Congreso internacional: Las ciudades y la prostitución, Madrid, España.
- TheMusicVoid (2010, 27 de octubre). *The Music Void Interviews Rio Caraeff, CEO of Vevo* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=oTLmtsg1zjY>
- Valcárcel A. (2008). *Feminismo en el mundo global*. Ediciones Cátedra.
- Walter, N. (2010). *Muñecas vivientes. El regreso del sexismo*. Turner Noema.
- Wolf, N. (2020). *El mito de la belleza*. Continta Me Tienes (original publicado en 1991).

ANEXO

CUATRO BABYS (2016)

IMAGEN 1



Captura obtenida del videoclip musical «Cuatro Babys» publicado en YouTube.

IMAGEN 2



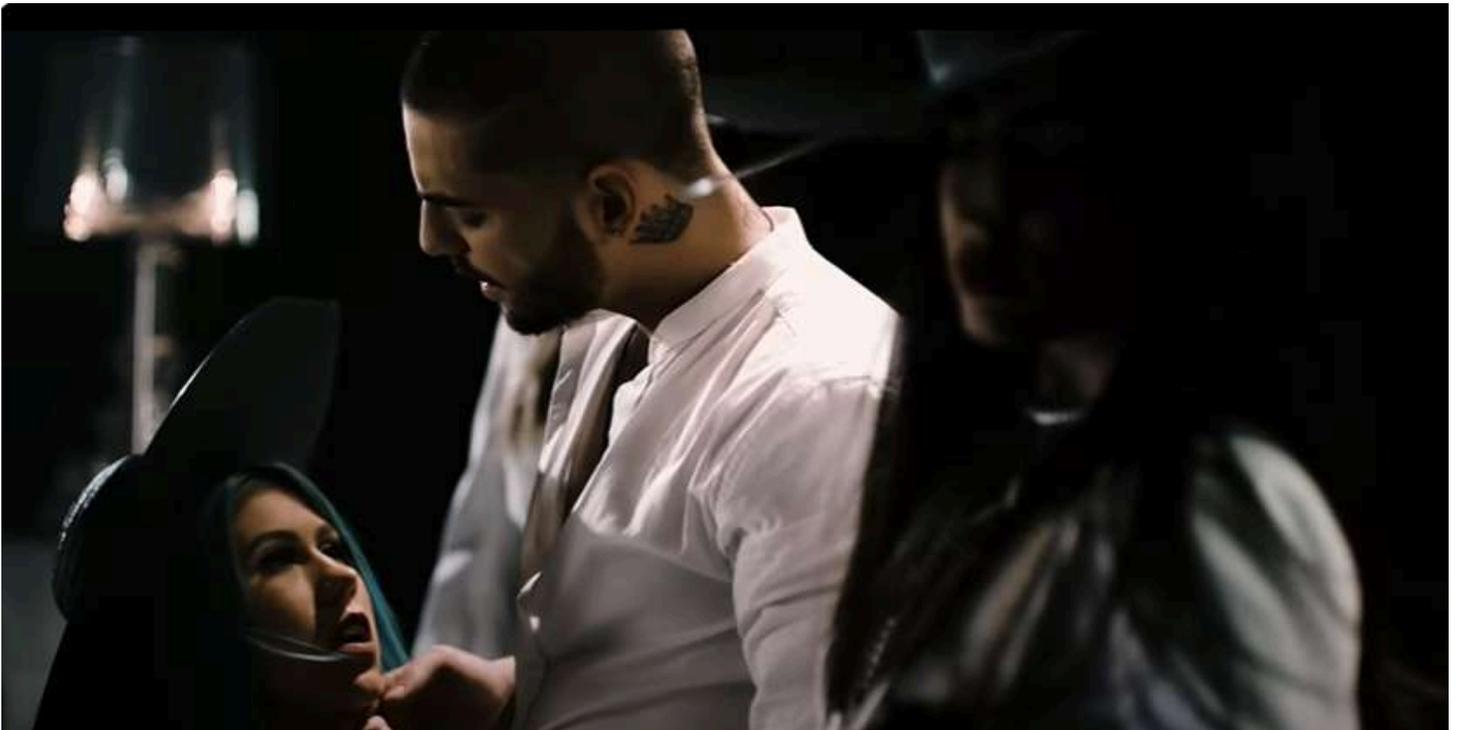
Captura obtenida del videoclip musical «Cuatro Babys» publicado en YouTube.

IMAGEN 3



Captura obtenida del videoclip musical «Cuatro Babys» publicado en YouTube.

IMAGEN 4



Captura obtenida del videoclip musical «Cuatro Babys» publicado en YouTube.

IMAGEN 5



Captura obtenida del videoclip musical «Cuatro Babys» publicado en YouTube.

IMAGEN 6



Captura obtenida del videoclip musical «Cuatro Babys» publicado en YouTube.

IMAGEN 7



Captura obtenida del videoclip musical «Cuatro Babys» publicado en YouTube.

IMAGEN 8



Captura obtenida del videoclip musical «Cuatro Babys» publicado en YouTube.

BONITA (2017)

IMAGEN 1



Captura obtenida del videoclip musical «Bonita» publicado en YouTube.

IMAGEN 2



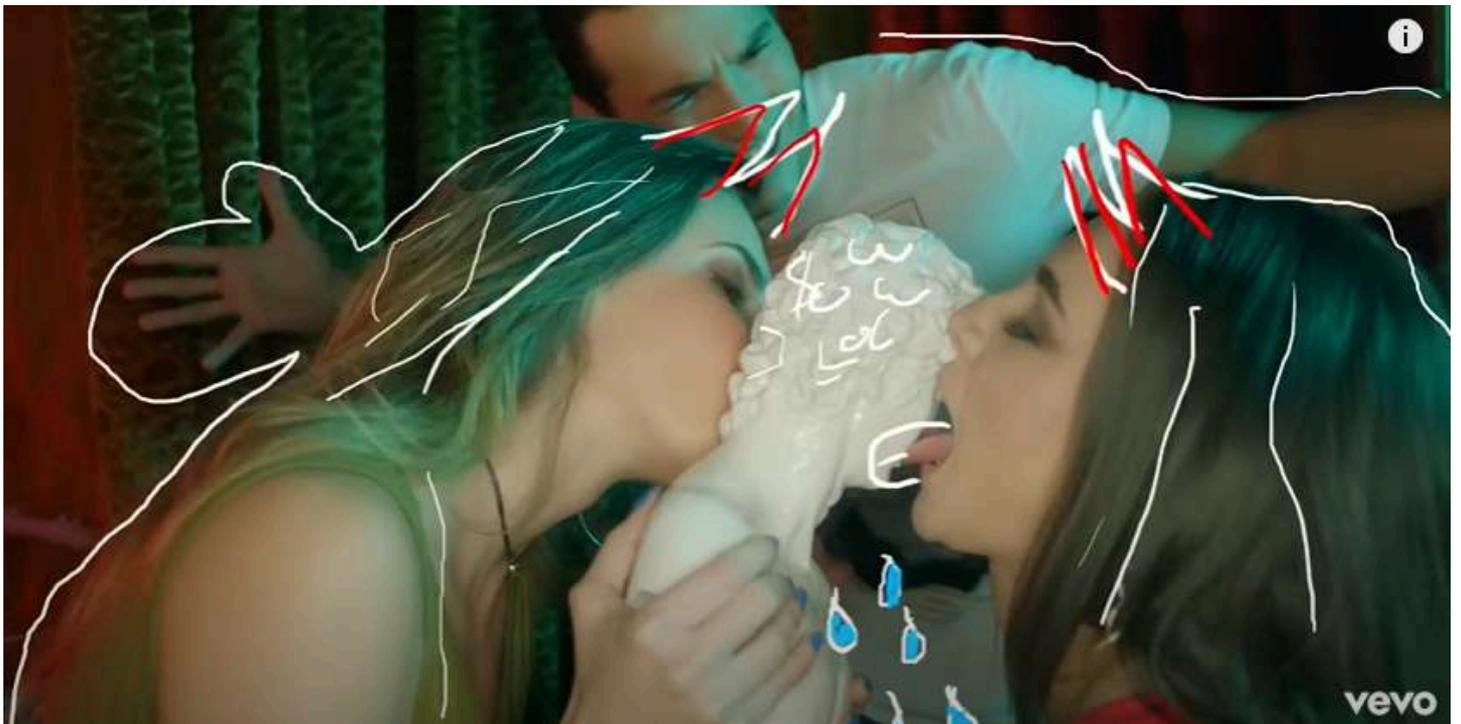
Captura obtenida del videoclip musical «Bonita» publicado en YouTube.

IMAGEN 3



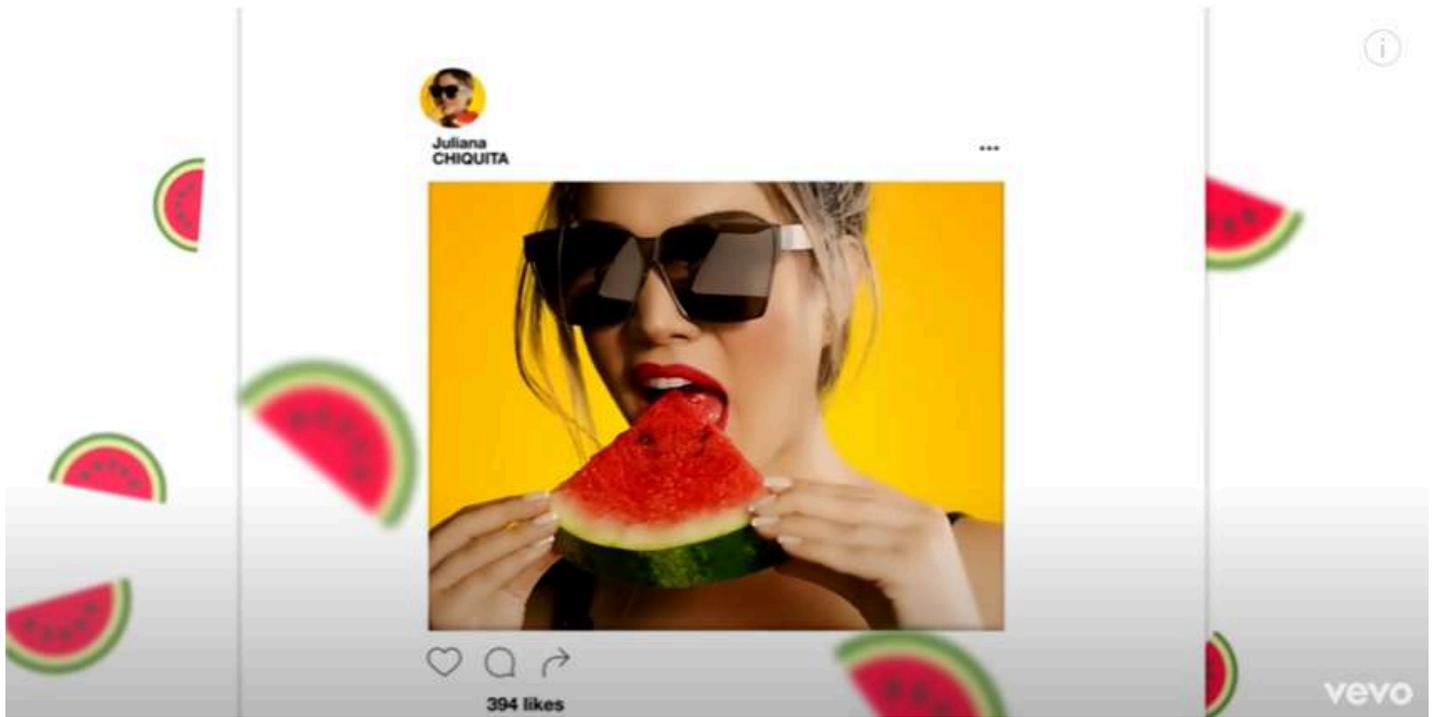
Captura obtenida del videoclip musical «Bonita» publicado en YouTube.

IMAGEN 4



Captura obtenida del videoclip musical «Bonita» publicado en YouTube.

IMAGEN 5



Captura obtenida del videoclip musical «Bonita» publicado en YouTube.

KRIPPY KUSH (2017)

IMAGEN 1



Captura obtenida del videoclip musical «Krippy Kush» publicado en YouTube.

IMAGEN 2



Captura obtenida del videoclip musical «Krippy Kush» publicado en YouTube.

IMAGEN 3



Captura obtenida del videoclip musical «Krippy Kush» publicado en YouTube.

IMAGEN 4



Captura obtenida del videoclip musical «Krippy Kush» publicado en YouTube.

IMAGEN 5



Captura obtenida del videoclip musical «Krippy Kush» publicado en YouTube.

IMAGEN 6



Captura obtenida del videoclip musical «Krippy Kush» publicado en YouTube.

IMAGEN 7



Captura obtenida del videoclip musical «Krippy Kush» publicado en YouTube.

SIN PIJAMA (2017)

IMAGEN 1



Captura obtenida del videoclip musical «Sin Pijama» publicado en YouTube.

IMAGEN 2



Captura obtenida del videoclip musical «Sin Pijama» publicado en YouTube.

IMAGEN 3



Captura obtenida del videoclip musical «Sin Pijama» publicado en YouTube.

IMAGEN 4



Captura obtenida del videoclip musical «Sin Pijama» publicado en YouTube.

IMAGEN 5



Captura obtenida del videoclip musical «Sin Pijama» publicado en YouTube.

IMAGEN 6



Captura obtenida del videoclip musical «Sin Pijama» publicado en YouTube.

IMAGEN 7



Captura obtenida del videoclip musical «Sin Pijama» publicado en YouTube.

UNA FOTO REMIX (2024)

IMAGEN 1



Captura obtenida del videoclip musical «Una Foto Remix» publicado en YouTube.

IMAGEN 2



Captura obtenida del videoclip musical «Una Foto Remix» publicado en YouTube.

IMAGEN 3



Captura obtenida del videoclip musical «Una Foto Remix» publicado en YouTube.

IMAGEN 4



Captura obtenida del videoclip musical «Una Foto Remix» publicado en YouTube.

IMAGEN 5



Captura obtenida del videoclip musical «Una Foto Remix» publicado en YouTube.

IMAGEN 6



Captura obtenida del videoclip musical «Una Foto Remix» publicado en YouTube.