

Subversión, postfeminismo y masculinidad en la música de Bad Bunny

Silvia Díaz Fernández¹

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

Resumen. Introducción. El género musical reggaetón se ha convertido en un fenómeno internacional en los últimos años. Con canciones con mensajes feministas y vídeos que rompen con la normatividad de género, el nuevo reggaetón se distancia de sus inicios masculinistas y hegemónicos. Sin embargo, esta renovación de imagen feminista reggaetonera viene también acompañada por letras misóginas y vídeos sexistas. **Objetivos.** El propósito de este trabajo es analizar este complicado y contradictorio panorama utilizando el concepto de Rosalind Gill ‘sensibilidad postfeminista’. La idea de ‘sensibilidad postfeminista’ permite el estudio analítico del entrelazado de sentimientos feministas y antifeministas en la cultura popular. **Metodología.** Para explorarlo, este trabajo se centra en la figura de Bad Bunny. El objetivo es examinar los discursos postfeministas que enmarcan su música con una metodología de análisis crítico del discurso de una selección de 5 canciones y vídeos del artista. En este corpus se analizan en profundidad los elementos de sensibilidad postfeminista que apuntalan su música y la construcción y representación de hombres/masculinidades en relación a mujeres/feminidades. **Resultados.** Como resultados del análisis, en su música y persona se encuentran: 1) una subversión de género; 2) una deconstrucción de la masculinidad hegemónica; y 3) una representación de la mujer como sujeto empoderado con agencia sexual. Esto viene de la mano de una reiteración de valores machistas y masculinistas. **Conclusiones y discusión.** Una masculinidad postfeminista representada por Bad Bunny emerge hibridizando valores hegemónicos, al mismo tiempo que incorpora ideas feministas en su discurso. A pesar del aparente giro feminista del género, aún queda un poso misógino que sigue enmarcando la música reggaetonera. Sin embargo, cabe destacar que la incorporación de ideas progresistas en las letras y vídeos puede simbolizar una oportunidad de transformación en el reggaetón.

Palabras clave: Postfeminismo; reggaetón; masculinidad postfeminista; misoginia; empoderamiento; subversión.

[en] Subversion, postfeminism and masculinity in Bad Bunny’s music

Summary: Introduction. The music genre reggaeton has become an international phenomenon in recent years. With songs with feminist messages and videos that break with gender norms, the new reggaeton distances itself from its masculinist and hegemonic beginnings. However, this feminist reggaeton rebranding is also accompanied by misogynistic lyrics and sexist videos. **Objectives.** The purpose of this paper is to analyse this complicated and contradictory panorama using Rosalind Gill’s concept of ‘postfeminist sensibility’. The idea of ‘postfeminist sensibility’ allows for the analytical study of the intertwining of feminist and anti-feminist sentiments in popular culture. **Methodology.** To explore this, this paper focuses on the figure of Bad Bunny. The aim is to examine the post-feminist discourses that frame his music with a methodology of critical discourse analysis of a selection of 5 songs and videos by the artist. In this corpus, the elements of postfeminist sensibility that underpin his music and the construction and representation of men/masculinities in relation to women/femininities are analysed in depth. **Results.** As results of the analysis, in his music and persona we find: 1) a subversion of gender; 2) a deconstruction of hegemonic masculinity; and 3) a representation of women as empowered subjects with sexual agency. This goes hand in hand with a reiteration of macho and masculinist values. **Conclusions and discussion.** A post-feminist masculinity represented by Bad Bunny emerges by hybridising hegemonic values, while incorporating feminist ideas in his discourse. Despite the apparent feminist turn of the genre, there is still a misogynistic undertone that continues to frame reggaeton music. However, it is worth noting that the incorporation of progressive ideas in lyrics and videos may symbolise an opportunity for transformation in reggaeton.

Keywords: Postfeminism; reggaeton; postfeminist masculinity; misogyny; empowerment; subversion.

Sumario. 1. Introducción. 2. Reggaetón: orígenes y presente. 3. Postfeminismo y sensibilidad postfeminista (marco metodológico). 3.1. Tras las lentes críticas. 4. Deconstruyendo la Masculinidad Hegemónica?. 5. De la Mujer Empoderada... 6. ... a la Mujer Cosificada y Sexualizada. 7. Discusión: Perreo postfeminista. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Díaz Fernández, S. (2021). *Subversión, postfeminismo y masculinidad en la música de Bad Bunny*, en *Revista de Investigaciones Feministas* 12(2), 663-675.

¹ Universidad Complutense de Madrid, España.
sidiaz02@ucm.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9118-8090>

1. Introducción

El género musical del reggaetón está experimentando una popularidad internacional sin precedentes. Desde sus orígenes humildes en la década de los 90 en las calles de clase trabajadora y raza negra puertorriqueñas, a ser número uno en las listas de venta de mercados transnacionales. En sus inicios, el reggaetón era caracterizado por enardecer valores de masculinidad tradicional entre los que se exaltaban ideas como la virilidad, la potencia sexual y la fuerza física; y por reproducir mensajes sexistas y machistas (Carballo Villagra, 2007; Toro, 2011; Nieves Moreno, 2009; Sandoval Vela, 2019). No obstante, un nuevo tipo de reggaetón está rompiendo con estos valores debido a dos factores: primero, la irrupción de las mujeres en el género, y segundo, la incorporación de ideas feministas en las letras y vídeos de las canciones. A raíz de esto, el nuevo reggaetón parece estar entrando en una nueva etapa con marcadas tendencias feministas (Europa Press, 2017).

Dentro de este panorama reggaetonero aparentemente feminista, destaca el artista Bad Bunny, quien, desde su figura a sus letras, se aleja de los estereotipos hipermasculinos y machistas del género, ensalzando la libertad y el empoderamiento femenino y cuestionando los límites de género binario con su estética ambigua en la que incorpora elementos femeninos, como uñas postizas y joyas. Bad Bunny también ha roto con la homofobia que ha caracterizado el reggaetón, denunciando la violencia hacia las mujeres trans en un acto televisivo (Lavin, 2020).

Bad Bunny no sólo está redefiniendo el género, sino también la construcción de masculinidad, debido a su difuminación y subversión del binarismo de género, y la construcción de la mujer, en cuanto a que se presenta, en sus letras, como sujeto con agencia propia. En sus canciones, también encontramos mensajes antifeministas y articulaciones de masculinidad hegemónica que cosifican y sexualizan a la mujer. Para entender este complejo escenario, exploro la música de Bad Bunny dentro del marco teórico del postfeminismo, aplicando la idea de sensibilidad postfeminista propuesta por Gill (2007a) a una selección de 5 canciones y vídeos del artista para explorar cómo se negocian y presentan las ideas de empoderamiento femenino, masculinidad y cosificación de la mujer.

2. Reggaetón: orígenes y presente

En sus orígenes, el reggaetón, como música *underground* puertorriqueña y de marcadas influencias del reggae jamaicano y panameño, fue categorizado como un género producido por y para las clases bajas de la sociedad del país, visto negativamente por las clases medias, quienes lo criticaban por sus letras de alto contenido sexual e incluso violento (Negrón-Muntaner y Z. Rivera, 2007; Marshall, Z. Rivera y Pacini Hernández, 2010). A pesar de estos comienzos marginales, en la década de los 2000 el reggaeton irrumpió en la música comercial *mainstream*, con la canción *Gasolina* de Daddy Yankee penetrando en el mercado internacional Europeo, Latinoamericano y Norteamericano (Galluci, 2008; Martínez Noriega, 2014; Fajardo y García Pozo, 2019; Negrón-Muntaner y Z. Rivera, 2007). En la actualidad, el reggaetón vuelve a ocupar un puesto privilegiado dentro de la industria gracias al llamado ‘efecto despacito’, cuyo nombre se debe a la canción *Despacito* de Daddy Yankee y Luis Fonsi, la cual alcanzó puestos muy altos en rankings globales, abriendo así las puertas a un influjo de música latina y en español en el mercado internacional sin precedentes (Arbona-Ruiz, 2017).

El ahora internacionalmente popularizado reggaetón cuenta con una mayor diversidad de sus exponentes. Aunque sigue estando dominado por hombres, la escena musical está siendo reclamada por mujeres como Karol G (Colombia) y Becky G (México), lo que ha llevado a algunos medios a celebrar la llegada del feminismo a un género tradicionalmente hipermasculino y hegemónico (Sandoval Vela, 2019). Estos cambios parecen constatar la creación de un nuevo reggaetón más abierto, diverso y de tendencias feministas (Europa Press, 2019). El artista que más ha sido celebrado por su incorporación de mensajes de carácter feminista en sus canciones y vídeos ha sido el puertorriqueño Bad Bunny. Es por esto que en este artículo me centro en el artista Bad Bunny para explorar de qué forma su música, letras y vídeos negocian sentimientos feministas y al mismo tiempo, siguen reproduciendo ideas sexistas y misóginas.

Bad Bunny, de nombre real Benito Antonio Martínez Ocasio, es un artista de Puerto Rico nacido en 1994. Empezó su carrera musical en 2016, y, desde entonces, se ha convertido en uno de los máximos exponentes del género con 5 álbumes a la venta. Su éxito le ha llevado a hacer colaboraciones internacionales con artistas norteamericanos como Drake, y a participar en el famoso espectáculo de medio tiempo de la Super Bowl junto con J Balvin, Shakira y la consagrada Jennifer Lopez.

Una de las claves del estrellato de Bad Bunny es la incorporación de mensajes inclusivos aparentemente feministas en sus canciones y su ruptura con las líneas más tradicionales de reggaetón basadas en ideas machistas y misóginas. Su estilo musical supone así un alejamiento del antiguo reggaetón, reflejando una brecha generacional en la industria, siendo capaz de plasmar en sus letras y vídeos el contexto socio-cultural en el que se enmarca, caracterizado por ideas sociales progresivas, especialmente en relación con los avances de la mujer y colectivos LGBTQI.

La figura de Bad Bunny también marca la involucración del reggaetón en cuestiones políticas. A pesar de sus orígenes políticos (véase Rivera-Rideau 2015), el género sufrió una despolitización al entrar en la escena *mainstream* comercial en los 2000. En esta nueva época del reggaetón, Bad Bunny vuelve a entremezclar música con política en un intento de desvincularse de concepciones tradicionalistas de masculinidad. Desde pintarse las uñas con colores llamativos y llevar accesorios generalmente vistos como femeninos, como uñas postizas o pendientes, a cantar sobre el empoderamiento y los derechos sociales de las mujeres, y denunciar la violencia contra las mujeres trans, Bad Bunny se ha construido en la cultura popular *mainstream* de reggaetón como un hombre con conciencia social, comprometido políticamente con el feminismo y la igualdad y que consecuentemente, apuesta por una música con mensajes que amenazan la jerarquía de poder masculino.

Esta estrecha relación de Bad Bunny con el feminismo, ha sido laureada por medios internacionales (El País, 2020; Gómez López, 2020; Kim 2020; Parsons, 2020). Sin embargo, esta postura también ha generado un número de críticas que acusan a Bad Bunny de “mercantilizar” el feminismo por motivos económicos, tachándolo de ser un “tongo feminista” que reproduce ideas sexistas de forma enmascarada (Domínguez, 2020; Rivera, 2020). Esta última crítica describe el feminismo impulsado por Bad Bunny dentro del marco del postfeminismo, un discurso social en el que ideas feministas y antifeministas se entrecruzan en una multiplicidad de formas. En este trabajo, exploro la figura de Bad Bunny y su música a través de la idea de postfeminismo, más específicamente, el concepto de sensibilidad postfeminista desarrollado por Rosalind Gill (2007a; 2007b) para investigar cómo se construyen la masculinidad y la mujer en sus letras, vídeos y persona. Argumento que a través de su música y su persona, desarrollada dentro de un marco postfeminista, Bad Bunny transgrede los límites de la masculinidad hegemónica. A continuación, reviso el término postfeminismo, centrándome en los puntos más pertinentes para el análisis que sigue.

3. Postfeminismo y sensibilidad postfeminista (marco metodológico)

El marco metodológico de este artículo se encuadra dentro del concepto de postfeminismo. La idea de postfeminismo se ha convertido en un término crucial en los estudios feministas contemporáneos. Desde ser entendido como un *backlash* mediático al feminismo popular emergente en el panorama conservador norteamericano (Faludi, 1991), a ser considerado como una tercera, e incluso cuarta ola feminista (Riley et al., 2017; Rivers, 2017), la idea de postfeminismo se presenta como una noción caracterizada por su complejidad y multi-localización en la historia feminista (para una discusión histórica de postfeminismo, por favor vea Stainton Rogers y Stainton Rogers, 2001 y Banet-Weiser, 2018a). En este trabajo, defino el postfeminismo y el concepto de sensibilidad postfeminista basándome en una selección de textos que han dado forma a mi comprensión de masculinidad hegemónica.

Rosalind Gill, una de las mayores exponentes dentro de los estudios postfeministas, describe el postfeminismo como una sensibilidad formada por temas múltiples e interrelacionados: la noción de feminidad redefinida como una propiedad corporal, la cultura de la sexualización que marca el cambio de cosificación sexual a una subjetificación; el enfoque en la hipervigilancia de una misma y la auto-disciplina; el énfasis en el empoderamiento y la individualización; el paradigma del cambio de imagen; y la reaparición de ideas que naturalizan la división por sexo (Gill, 2007a). En su concepción de postfeminismo, Gill (2007a) se aleja de su entendimiento como una respuesta o ‘backlash’ mediático, y, por lo tanto, establece un punto de partida de las ideas de investigadoras como Faludi (1991), Whelehan (2000) y Williamson (2003). Por su parte, Gill (2007a; 2007b) explica que el postfeminismo articula una diferente sensibilidad que contesta al feminismo a través de un patrón en el que entrelaza, de forma simultánea, sentimientos feministas y antifeministas. La sensibilidad postfeminista para Gill, construye a la mujer dentro de un paradigma neoliberal basado en el consumismo mediante nociones de libertad, autonomía y hedonismo, al mismo tiempo que promueve ideas sexistas y machistas. De esta forma, la sensibilidad postfeminista se manifiesta particularmente a través de la coexistencia de procesos de libertad sexual, afectiva y familiar con valores neoconservadores que sedimentan concepciones tradicionalistas en cuanto a masculinidad, feminidad y heterosexualidad.

Angela McRobbie (2007; 2009), investigadora pionera en estudios postfeministas, describe este fenómeno tan complejo como un ‘doble entrecruzamiento’ donde el feminismo se acepta al mismo tiempo en el que se repudia intensamente. McRobbie (2009) explica que, a través del doble entrecruzamiento, se genera una coexistencia de valores neoconservadores de género, sexualidad y vida familiar (por ejemplo, los discursos políticos tradicionalistas y heteronormativos de partidos de ultraderecha como VOX en los que se defiende el rol de la mujer como madre y cuidadora) con unos procesos de liberalización en cuanto a la diversidad sexual y doméstica (por ejemplo, la legalización del matrimonio igualitario). McRobbie (2009) defiende que dentro del doble entrecruzamiento, el feminismo “se toma en cuenta” y se inicia su proceso de desarticulación, desacreditando su necesidad de continuidad y renovación.

Una característica fundamental del panorama postfeminista es que esta desarticulación comprende también un desplazamiento de valores feministas en favor de un modo de empoderamiento femenino conservador

que se consigue a través de la participación de las mujeres en la cultura consumista hiperfemenina. De este modo, la mujer es reconfigurada como una figura con recursos socio-económicos y consecuentemente, como un agente crucial dentro de la cultura consumista femenina. Este empoderamiento consumista femenino está reflejado y reforzado en la cultura popular: desde revistas orientadas para el público femenino que idealizan la figura de ‘girlboss’ (Banet-Weiser, 2018b) a películas y series que fomentan una visión postfeminista de la libertad, el género y las relaciones, como por ejemplo, *Madres Trabajadoras* (Reitman y Sternberg, 2017). En el contexto del reggaetón, también encontramos tendencias postfeministas, con canciones que parecen equiparar las libertades de la mujer con comprar artículos de lujo. Véase, por ejemplo, la canción *La Dama* de Karol G y Cosculluela.

En este artículo, tomo la noción de Gill (2007a) de sensibilidad postfeminista infundada con las ideas de McRobbie (2007; 2009) para analizar este complejo doble entrecruzamiento. Gill (2007a; 2007b) propone la idea de sensibilidad postfeminista como una herramienta con la que explorar los productos de la cultura popular contemporánea para analizar la complicada relación de sentimientos feministas y antifeministas. Para realizar mi estudio, aplico la metodología desarrollada por van Dijk (1998[2015]) de análisis crítico del discurso con una perspectiva feminista.

3.1. Tras las lentes críticas

Van Dijk (1998[2015]) define el análisis crítico del discurso (ACD) como un tipo de investigación analítica del discurso que permite explorar la forma en la que el poder es ejercido y abusado socialmente, consecuentemente generando y reproduciendo jerarquías sociales basadas en desigualdad. La metodología ACD entiende el discurso de forma dialéctica con la estructura social, y, por tanto, lo contextualiza con la realidad socio-política, económica y cultural que lo enmarca (van Dijk 1998). De esta forma, el ACD ve el discurso como construido a través de las micro y macro estructuras que lo rodean. En este sentido, el discurso tiene la posibilidad de reproducir y sostener el orden social, pero también de transformarlo e interrumpirlo (Stecher, 2010). Wodak y Meyer (2001:2) presentan la metodología ACD como “comprometid[a] con analizar las relaciones de dominación, discriminación, poder y control estructurales, tanto opacas como transparentes, que se manifiestan en el lenguaje [en este caso, en el audiovisual]” (2).

En este trabajo, implemento una metodología ACD con una perspectiva feminista (Martínez García y Aguado-Peláez, 2017) para observar la forma en la que el complicado paradigma postfeminista encuadra las formas de reggaetón contemporáneo, más específicamente, la música de Bad Bunny. En su estudio, Gallucci (2008) emplea el ACD para investigar la imagen de la mujer en el reggaetón de Daddy Yankee y Don Omar, identificando cuatro imaginarios disponibles: mujer sexy y atrevida; mujer infiel; mujer como víctima del hombre; y mujer como sujeto que es deseado para compañía.

Para realizar el análisis, he hecho una selección de canciones y vídeos del artista basado en los siguientes criterios de selección: 1) que las canciones hubieran sido lanzadas entre diciembre de 2018, mes en el que el cantante lanzó su primer disco en solitario y abril 2020, momento en el que la investigación se llevó a cabo; 2) que las canciones fueran sacadas como sencillos con vídeo, dado que estos productos audiovisuales tienden a tener más popularidad y mayor impacto en la sociedad (Thacer y Mwei 2016); y 3) que los vídeos tuvieran más de 200 millones de reproducciones en la plataforma Youtube, ya que alcanzar este número de visionados se considera un hito en la plataforma al que sólo llegan un 3% de los canales (Bärtl 2018). En base a esto, he seleccionado 5 canciones y vídeos del artista teniendo en cuenta su popularidad. Todas las canciones y vídeos forman parte de los singles de sus tres discos, *x100PRE*; *OASIS*, en colaboración con J Balvin, y *YHLQMDLG*² (Tabla 1).

Tabla 1: Selección de las canciones y vídeos del artista Bad Bunny para el análisis.

Referencia en texto	Canción / Vídeo	Disco / Año
T1	Yo Perreo Sola	YHLQMDLG (2020)
T2	Qué Pretendes	OASIS (2019)
T3	Mía	X100PRE (2018)
T4	Solo de Mi	X100PRE (2018)
T5	Caro	X100PRE (2018)

Fuente: Elaboración propia.

De estas seis canciones he seleccionado extractos de las letras y vídeos que he considerado más pertinentes para el análisis. Con respecto a los vídeos, he elegido tres escenas específicas de cada uno.

² En mayo de 2020, el artista Bad Bunny lanzó un cuarto álbum llamado ‘Las que no iban a salir’, y en noviembre de 2020 lanzó su quinto álbum ‘El último tour del mundo’. Por motivos de tiempo, las canciones de este disco no han sido tenidas en cuenta para este trabajo.

Tabla 2: Selección de las diferentes escenas de los vídeos para el análisis, con su localización específica en el texto visual.

Referente canción	Referencia escena	Tramo del video en segundos
T1	T1E1	0'25 – 0'45''
	T1E2	1'39'' – 1'54''
	T1E3	2'39'' – 3'10''
T2	T2E1	0'05'' – 0'07''
	T232	0'54'' – 1'0''
	T2E3	2'03'' – 2'25''
T3	T3E1	0'33'' – 0'36''
	T3E2	1'04'' – 1'05''
	T3E3	2'48'' – 3'05''

Fuente: Elaboración propia.

El análisis de las canciones y vídeos es de gran complejidad en vista del solapamiento de sentimientos feministas y discursos misóginos. Debido a esto, el análisis de este artículo está dividido en tres partes: en la primera, estudio la deconstrucción de la masculinidad hegemónica a través de las canciones T1 y T5. En la segunda parte, analizo los mensajes de empoderamiento femenino a través de las canciones T1 y T4. En la tercera parte, exploro la reiteración de la figura de mujer cosificada y sexualizada en T2 y T3.

4. ¿Deconstruyendo la Masculinidad Hegemónica?

En la música de Bad Bunny, la idea de masculinidad se construye tomando como referente el marco de la masculinidad hegemónica en una doble articulación contradictoria: por una parte, manteniéndose, y por otra, deconstruyéndose. La idea de masculinidad hegemónica fue desarrollada por Connell (1995) como descriptor de un tipo de identidad masculina dominante que permite a los hombres mantener su dominio sobre las mujeres y sobre los hombres que son vistos como desempeñando un tipo de identidad masculina inferior. En este sentido, la masculinidad hegemónica se opone directa y jerárquicamente a la femineidad, entendida como contraria a la noción de masculinidad, y a la homosexualidad, ya que se ve como colindante con lo femenino (Connell, 1995; Connell y Messerschmidt, 2005). El arquetipo de masculinidad hegemónica no es fijo, advierte Connell (1995), sino que está sujeto a transformaciones, puesto que la masculinidad es un constructo social que es negociado a través del tiempo.

Connell y Messerschmidt (2005) exponen que es para continuar su hegemonía, las masculinidades necesitan ajustarse a nuevos contextos socio-culturales de forma que también presten atención a las tensiones que apuntalan las relaciones de género. En este sentido, las masculinidades hegemónicas modernas pueden no parecer tradicionales, es decir, pueden no estar basadas en los valores masculinistas de homofobia y heterosexismo, pero consiguen mantener su supremacía social ya que se han adaptado, aunque sea de manera superficial, al entorno que habitan.

En la canción T1, los puntos de vista de mujer y hombre se entremezclan, ya que el estribillo de la canción es cantado por una mujer, Nesi, una trapera puertorriqueña, utilizando la primera persona. T1 expone el deseo de las mujeres de perrear, es decir, de bailar reggaetón solas, exentas de hombres que las cosifiquen y en total libertad. Eso conlleva a que las mujeres sean vistas como sujeto con agencia propia y no como objeto para su consumo. Esto se refleja en diversos puntos en la letra:

Extracto 1:

“Antes tú me picheaba³ (tú me picheaba) Ahora yo picheo (hmm nah) Antes tú no querías (no querías) Ahora yo no quiero (hmm, no)

[...]

Que ningún baboso se le pegue (no) La disco se prende cuando ella llegue (wuh) A los hombres los tiene de hobby (iyah) “Una malcria como Nairobi (jaja)”

(Yo Perreo Sola – YHLQMDLG 2020)

En estos extractos, la hegemonía de poder de los hombres es cuestionada y puesta en el punto de mira. Los hombres son construidos en términos negativos: como personas que ignoraban a la mujer protagonista

³ La palabra “pichear” es jerga puertorriqueña que significa ignorar.

(pichear) y como “*basosos*” o accesorios “*hobby*” de las mujeres. Esta construcción refleja un cambio en las relaciones de poder de género ya que el dominio social no es ejercido por los hombres, sino por las mujeres. La masculinidad hegemónica, consecuentemente, pierde autoridad y queda relegada a un estatus inferior.

Por su parte, en el vídeo, Bad Bunny parece intentar deconstruir la masculinidad hegemónica presentándose en drag. En T1E1, el artista, vestido con minifalda, tacones, maquillaje y peluca, aparece bailando de forma que se podría entender como femenina (contoneándose y tocándose las caderas) mientras canta la primera estrofa del extracto 1. En T1E2, aparecen dos Bad Bunny distintos: uno en drag, con un atuendo distinto a la escena anterior, y fuera de drag. Estas dos versiones de Bad Bunny bailan y perrean juntas de forma claramente sexual. En T1E3, Bad Bunny, aún en drag, se presenta con otra vestimenta, más provocadora y de tono abiertamente sexual y feminizado al aparecer semi-desnudo, con los implantes falsos de pecho parcialmente cubiertos por sus manos.

En todas estas escenas, Bad Bunny hace una subversión del género a través de su estética drag. Entendiendo la identidad de género como performativa, es decir, como un constructo social sin forma original que debe de ser repetido y actuado de manera constante para ser entendido como tal, Butler (1990) argumenta que el arte de hacer drag supone una subversión del género. Al hacer drag, el género, en este caso, la idea de feminidad (o la copia de la idea de feminidad, puesto que no existe una noción de feminidad original), se imita en su cuerpo “masculino”, parodiándola y exponiéndola de esta forma como “una incesante y atemorizada imitación de su propia idealización naturalizada” (Butler 1990: 22-23). Aunque se podría argumentar que Bad Bunny, a través de su performance en drag, sigue reproduciendo una imagen de la mujer normativa en cuanto a la apariencia femenina, cuerpo delgado, tacones, maquillaje, pechos grandes; también lo desafía incorporando, por ejemplo, el vello en la axila.

Esta subversión de género se ve más recalcada en T1E2, donde el artista, vestido de forma tradicionalmente entendida como masculina (camiseta y pantalones largos de colores oscuros) aparece perreando consigo mismo en drag. En esta escena, el género se presenta como construido y caricaturizado. También se podría discutir que la heterosexualidad acaba siendo ridiculizada, puesto que Bad Bunny imita el baile del perreo con tono sexual, pero trasponiéndolo, ya que la mujer con la que perrea es él mismo en drag. El perreo está siendo llevado a cabo, entonces, por dos hombres. Al parodiar, por una parte, el género, y por otra, la heterosexualidad, Bad Bunny desafía el arquetipo de masculinidad hegemónica, deconstruyéndolo a través de una redefinición de su propia masculinidad que parece ser consciente de su fragilidad y de su carácter derivativo.

La canción T5 parece poner en tela de juicio la idea de masculinidad hegemónica, basada en nociones de fuerza física y en una estética tradicionalmente entendida como ‘masculina’.

Extracto 2:

“Vive tu vida, yo vivo la mía Criticar sin dar ejemplo, qué jodía manía Por solo ser yo y no como se suponía [.]
Yo tengo la salsa, también el ballet

[...]

¿Por qué no puedo ser así? ¿En qué te hago daño a ti?”

(Caro – x100PRE 2018)

En este extracto, Bad Bunny denuncia las críticas a las que se ha enfrentado en su carrera por su estilo que sale de las expectativas sociales masculinas (Viera, 2018). Más tarde en la letra, el artista hace referencia a estilos de baile que conoce, la salsa y el ballet, los cuales tienden a ser asociados con las mujeres. Las letras parecen reflejar el malestar que Bad Bunny siente al ser juzgado por no personificar los estereotipos de masculinidad en su figura y su estética, en la que incorpora elementos tradicionalmente vistos como femeninos. Esto lleva al artista a denunciar la situación en la que se encuentra dentro de un contexto social que parece que lo rechaza (“¿Por qué no puedo ser así? ¿En qué te hago daño a ti?”).

Para entender mejor el significado de la canción, las letras han de ser leídas con el contexto del vídeo. En la escena T5E1, una mujer le pinta las uñas a Bad Bunny. La imagen hace zoom en la mano del artista, y al alejarse, la modelo Jazmyne Joy aparece caracterizada como Bad Bunny, interpretándolo durante el resto del vídeo. Es interesante destacar que la modelo no feminiza su conducta, sino que se presenta de la misma forma que el cantante, adoptando sus movimientos y lenguaje corporal. Ella interpreta a Bad Bunny independientemente de su género o su identidad. De esta forma, el vídeo transgrede los límites de género binario, jugando con las ideas de masculinidad y feminidad a la vez que ensalza una estética queer de género.

En T5E2, los dos Bad Bunnys, el auténtico y el interpretado por Jazmyne, se besan. De esta forma, el vídeo también muestra una sexualidad fluida, ya que es una rara vez donde vemos a un hombre dentro del género del reggaetón involucrarse de manera sexual con una mujer cuya apariencia se enmarca fuera de la normatividad de cánones de belleza femeninos. También con un beso como aspecto central, T5E3 muestra a un hombre corriendo hacia Bad Bunny (esta vez el artista, no la interpretación de Jazmyne Joy), tocándole la cara y besán-

dole en la mejilla. En estas escenas, en conjunto con las letras, la masculinidad de Bad Bunny es deconstruida y alejada del paradigma dominante de masculinidad hegemónica, emergiendo como abierta, anti-tradicional y libre de las dicotomías de género.

Estas canciones son representativas de lo que se ha llamado ‘masculinidades postfeministas’. La idea de masculinidades postfeministas se ha interpretado en una multiplicidad de formas en el contexto académico (Rumens, 2017). A grandes rasgos, se define como un significante discursivo inestable que simboliza la relación ambivalente que los hombres guardan con el feminismo y otros movimientos sociales progresistas, la cual tiene como objetivo problematizar el sujeto masculino normativo, blanco, heterosexual y occidental (McRobbie, 2009). Las masculinidades postfeministas se caracterizan por negociar el impacto que el feminismo ha tenido sobre su identidad. Por consiguiente, estas masculinidades pueden parecer más abiertas, ya que tienden a incorporar sentimientos más inclusivos o incluso feministas en su repertorio (Rumens, 2017).

En las canciones T5 y T1, vemos reflejada esta sensibilidad postfeminista a través de la subversión del género en su *performance* en drag (T1), su guiño a la estética queer (T5) y sus letras que denuncian actitudes predatorias en los hombres (T1) y celebran la libertad de la mujer (T1; T4). La deconstrucción de la masculinidad hegemónica de Bad Bunny puede ser, así, enmarcada dentro de la sensibilidad postfeminista en cuanto a que se construye en relación estrecha con el feminismo, presentándose de forma consciente de los problemas y las restricciones que la masculinidad hegemónica supone para los hombres. Sin embargo, esta integración de ideas feministas y progresistas, viene de la mano con una reiteración de valores sexistas y hegemónicos, lo cual se explora en el apartado 7 de este artículo.

En la siguiente sección, analizo los sentimientos feministas y de empoderamiento femenino en las canciones T1 y T4.

5. De la Mujer Empoderada...

En las letras y vídeos de Bad Bunny, mensajes de empoderamiento femenino y de las mujeres son frecuentes, y forman parte de su marca dentro de la industria del reggaetón. En T1, vemos estas ideas claramente plasmadas:

Extracto 3:

“Antes tú me picheaba’ (tú me picheaba’)

Ahora yo picheo

Antes tú no querías (no querías)

Ahora yo no quiero

[...]

Que ningún baboso se le pegue (no)

La disco se prende cuando ella llegue

A los hombres los tiene de hobby

[...]

En el perreo no se quita

Fuma y se pone bellaquita

Te llama si te necesita

Pero por ahora está solita

Ella perrea sola

[...]

Borracha y loca, a ella no le importa Vamo’ a perrear, la vida es corta, ey”

(Yo Perreo Sola – YHLQMDLG 2020)

En estas letras, las mujeres se construyen como sujetos empoderados con agencia sobre su propio cuerpo y agencia sexual. Ellas deciden con quién o con quién no bailar. La idea de consentimiento también se deja entrever en la primera estrofa del extracto donde Nesi, artista que canta estos versos del estribillo, tras expresar haber sido ignorada en el pasado, ahora es ella quien marca los límites diciendo “*ahora yo no quiero*”, así estipulando su postura y negociando su agencia. La presencia masculina no es central en su divertimento del baile y de la discoteca. Es más, a lo largo de la letra las mujeres se presentan como solas y disfrutando de su soledad. Esta soledad femenina altera las relaciones de género heterosexuales, donde las mujeres son construidas como dependientes de los hombres y de su presencia, ya que, sin ellos, las mujeres son entendidas como incompletas (Lagarde, 2000).

En el extracto, el consumo de alcohol por parte de las mujeres se presenta como hedonista y símbolo de su libertad como mujer. De esta forma, la letra objeta los discursos sociales de culpabilización a las víctimas de violencia machista donde el alcohol, o el estar borracha, se presentan como argumentos que justifican la agresión, ya que se entiende como responsabilidad de la víctima el protegerse (Trujano Ruiz y Raich I Escursell, 2000). Argumentos como este prevalecen en la sociedad, con uno de los ejemplos más destacados el caso de la ‘Manada’ en España en 2017, donde una superviviente de violación fue demonizada por ciertos medios por haber consumido alcohol en las horas previas al asalto (Borraz 2018).

En el vídeo, T1E1 también pone de manifiesto el control que las mujeres, simbolizadas por Bad Bunny vestido en drag, tienen sobre su cuerpo. En esta escena, Bad Bunny se zafa de los hombres que caminan hacia ella con intenciones de tocarla con un movimiento de manos, como por medio de una onda electromagnética que les tira al suelo. Por consiguiente, la corporeidad femenina es defendida y amparada por “ella” misma. En T1E2, Bad Bunny, en sus dos versiones de sí mismo en drag y fuera de él, aparece en una habitación cuyas paredes contienen dos mensajes con claros guiños feministas. El primero que vemos es “Ni Una Menos”, seguido por “Las Mujeres Mandan”.

El primer mensaje es una referencia directa al movimiento feminista global “Ni Una Menos”, nacido en Argentina el 3 de junio de 2016, a raíz del asesinato de Chiara Páez, una joven argentina embarazada de 14 años asesinada a manos de su novio (Llorente, 2020). Estos dos mensajes de carácter abiertamente feminista apoyan la construcción de la mujer en el vídeo como arquetipo de sujeto empoderado, consciente de la violencia que la rodea, pero también participe de la lucha feminista. Como sujeto libre, la mujer en T1E3, de nuevo interpretada por Bad Bunny en drag, se muestra desinhibida, bailando semidesnuda. Esta escena está entrecortada por imágenes que muestran una diversidad de mujeres de distintas edades, razas, tallas y capacidades físico-mentales bailando, lo que ayuda a construir a la mujer fuera de la normatividad de belleza blanca, femenina y sin discapacidades (Deliovisky, 2008).

Para analizar las letras de T4, considero que estas deben de ser entendidas dentro del contexto del vídeo, en el que se centra el maltrato a las mujeres. En T4E1, una mujer aparece cantando en un escenario mientras recibe golpes invisibles que la dejan cada vez con más marcas y moratones, hasta llegar a producirle sangre. Con respecto al significado del vídeo, Bad Bunny explicó en una entrada de su cuenta de Instagram que con estas escenas quería representar el maltrato que las mujeres sufren en la sociedad actual. En T4E2, la mujer baja la cabeza y alza los brazos en frente de su cara extendiendo las manos, adoptando un gesto de defensa y protección. Tras unos segundos, la mujer vuelve a su postura original, pero esta vez sonriendo y sin moratones ni marcas al mismo tiempo que canta “*no me vuelvas a decir bebé*”. Esta escena podría simbolizar el proceso de empoderamiento de las mujeres que rompen con el ciclo del abuso, consiguiendo así curarse de los malos tratos y ser libres. Este empoderamiento parece consolidarse en T4E3, donde la mujer, ya bajada del escenario, festeja con sus amigos, entre los que se encuentra Bad Bunny, bailando.

Después de conocer el contexto visual de la canción, las letras toman una importante significación de tono feminista.

Extracto 4:

““No me vuelvas a decir «Bebé» (¡No!)
 Yo no soy tuyo ni de nadie, yo soy sólo de mí
 No me vuelvas a decir «Bebé»
 Ya tú lo sabe que yo no estoy ni un poquito pa ti
 [...]
 ¿Que me quisiste? Te lo agradezco,
 Pero no te pertenezco
 Hoy voy pa l agua pa ver qué pesco (wuh)
 Baby, tú ere un atraso
 Pon lo que tú quiera en Facebook que yo no te vo a hacer caso
 Echa pa allá, no me eche el brazo
 [...]
 Me cago en la madre que te parió
 Contigo yo no vuelvo ni pa Dio
 Yo lo que quiero e perreo”

(Solo de mí – x100PRE 2018)

En este extracto, las letras defienden la autonomía de las personas y su libertad de no ser posesión de nadie (“*pero no te pertenezco*”). Aunque Bad Bunny canta en primera persona, teniendo en consideración el vídeo antes analizado, tomo estas letras como también pudiendo representar como su sujeto a una mujer. De esta forma, en la canción la mujer en la letra es construida como sujeto libre y con agencia sobre su vida (“*Ya tú lo sabe que yo no estoy ni un poquito pa ti*”), su actividad sexual (“*Hoy voy pa l agua pa ver qué pesco*”)

y su cuerpo (“*Echa pa’ allá, no me eche el brazo*”). Al declarar “*yo soy solo de mí*”, esta mujer reclama su emancipación de una relación potencialmente dañina (en el vídeo representada como abusiva) y se redefine como libre, reiterando su voluntad independiente (“*contigo yo no vuelvo ni pa’ Dio*”) y enfatizando su deseo de actuar en su recién adquirida libertad (“*Yo lo que quiero e’ perreo*”).

Ambas canciones, con sus respectivas letras y vídeos, reflejan el discurso postfeminista que engloba las articulaciones actuales de la cultura popular, donde las mujeres se construyen como sujetos asertivos y seguros sobre su vida, sus relaciones y su sexualidad (Banet-Weiser, 2018; Ringrose, 2012; Gill, 2007a, McRobbie, 2007; 2009). Las mujeres en ambos vídeos son, así, sujetos agenciales con confianza en sí mismas para delimitar su libertad. Gill y Orgad (2015) describen la idea de confianza como una ‘tecnología del yo’, parafraseando a Foucault (1988). El concepto foucaultiano de ‘tecnología del yo’ se refiere a las específicas formas históricas y culturales en las que los sujetos se constituyen a sí mismos realizando ciertas operaciones sobre su cuerpo, pensamientos y conducta (Foucault, 1988: 18).

Partiendo de esto, Gill y Orgad (2015) describen la confianza como una tecnología del yo dentro del contexto postfeminista, presentándose como la única solución de las mujeres para superar las dificultades y lograr la felicidad y libertad. Las autoras argumentan que esta confianza femenina resignifica ideas feministas, redefiniéndolas a través de valores postfeministas y neoliberales (Gill y Orgad, 2015: 327). De esta forma, la confianza emerge como una forma en la que las mujeres internalizan la responsabilidad de los problemas sociales patriarcales a los que se enfrentan. Estos valores postfeministas se ven reflejados en los vídeos y letras de T1 y T4. Me gustaría señalar que, aunque los mensajes transmitidos son positivos en cuanto a su representación de la mujer como sujeto activo, en oposición a objeto pasivo estereotípico de vídeos de reggaetón (Ramírez Noreña, 2012; Benavides Murillo, 2007), la fijación en el empoderamiento y confianza femenina se queda corta de considerar las estructuras sociales patriarcales y que enmarcan las relaciones entre hombres y mujeres (Díaz-Fernández, en prensa).

Estos mensajes feministas representados visual y textualmente, están en tensión con otras canciones y vídeos del artista en las que letras anti-feministas e imágenes que cosifican y sexualizan a la mujer son frecuentes.

6. ... a la Mujer Cosificada y Sexualizada

La sexualización de las mujeres en el reggaetón tiene amplios precedentes (Arévalo et al., 2018; Escobar, 2018; Ramos, 2015; Casado et al., 2015; Ramírez Noreña, 2012; De Toro, 2011; García, 2012; Galluci, 2008). En esta sección, exploro los sentimientos antifeministas que cosifican a la mujer en la música de Bad Bunny.

En T2, canción en la que colabora con el artista J Balvin, vemos reflejadas letras que ensalzan una visión de la mujer de manera enteramente sexual.

Extracto 5:

“Estas no son horas de llamar (no)
Al menos que me lo quieras mamar
Que quieras prender, que quieras quemar
Hablando claro, ya tú me caes hasta mal (ja)
[...]
Y ahora quieres volver (¡Nah!)
Nah, tú lo que quieres es joder (¡Wuh!)
Pero no se va a poder (fuck you)
Me vas a ver con otra y te vas a morder (uh)”

(Qué Pretendes – OASIS 2019)

En esta canción, la mujer es construida de una forma que dista de las canciones previamente analizadas. En la primera parte de este extracto, Bad Bunny bromea que su exnovia le llama a horas inaceptables porque desear mantener relaciones sexuales o practicarle sexo oral. En la siguiente estrofa, admite que esta mujer le “*cae hasta mal*”. Sin embargo, este desagrado no detiene su interés sexual en ella. Esto puede evidenciar la visión de la mujer como un objeto puramente sexual. En la segunda parte, Bad Bunny recuerda a su exnovia que no tiene interés en estar con ella puesto que duda de sus intenciones (“*tú lo que quieres es joder*”). Y, es más, el cantante amenaza con darle celos “[*m*]e vas a ver con otra y te vas a morder”. La mujer es construida en términos negativos, reducida a ser un objeto sexual cuyo uso es el consumo masculino, y hasta cierto punto, la humillación.

El vídeo de esta canción comienza con la escena T2E1, la cual enfoca las nalgas de una mujer en pantalones muy cortos mientras camina. La mujer tiene un cuerpo muy delgado y las piernas libres de celulitis, por lo tanto, entrando dentro de los parámetros de belleza normativos y aceptados socialmente. En T2E2, Bad Bunny canta su verso “*Estas no son horas de llamar / a menos que me lo quieras mamar*”, mientras realiza un gesto

con la mano que simboliza empujar la cabeza de una persona hacia abajo, donde se encuentran los genitales, así representando la acción de sexo oral por parte de la mujer con carácter sumiso. En T2E3, un grupo de mujeres bailan de forma sexual y con ropa ajustada y escasa al ritmo de la canción. El vídeo refuerza la imagen de las mujeres descrita en el análisis de la letra donde se presentan como objetos sexualizados para placer del hombre. Esta representación entra dentro de las líneas de los vídeos de reggaetón que simbolizan a las mujeres de una forma estereotípica y cosificada dentro de un contexto patriarcal (Murillo, 2007).

En T3, en colaboración con el cantante norteamericano Drake, la canción centra en su discurso una relación heterosexual con tintes distintivamente posesivos:

Extracto 6:

“Todos están pendiente’ a ti
 Pero tú puestá pa’ mí (ajá)
 Haciendo que me odien más
 Porque todos te quieren probar (ah)
 Lo que no saben es que no te dejas llevar de cualquiera
 [...]
 Dile que tú eres mía, mía
 Tú sabes que eres mía, mía
 Tú misma lo decías
 Cuando yo te lo hacía
 [...]
 A nosotros ni la muerte nos va a separar (nah)
 Bebé, yo soy tuyo na’ más (na’ más)
 Diles que conmigo te vas Que
 dejen de tirarte
 Que a ti nadie va a tocarte
 [...]
 Dile a estos bobos que dejen de darte like (de darte like)
 Quiero otra noche entera”

(Mía – x100PRE 2018)

En esta canción, encontramos una relación heterosexual muy territorial. La mujer, en la letra, se presenta como posesión del hombre, mensaje que es reiterado varias veces. La relación representada en la canción está basada en tres aspectos cruciales: la reconquista, la insistencia y el deseo de poseer. El cantante, desde su punto de vista masculino, presenta esta relación como algo que pretende recuperar a través de su insistencia y su anhelo de adueñarse de la mujer. En las letras, el hombre entiende a esta mujer como aún parte de su posesión. Esta posesión es construida como no solo partiendo del hombre, pero algo que la mujer promueve, acepta e interioriza (“*Tú sabes que eres mía / Tú misma lo decías*”). La mujer es, por tanto, participe de su posesión. A pesar de que el cantante también se presenta como perteneciente a ella (“*Bebé yo soy tuyo na’ más*”), este mensaje no es reiterado en la letra. De esta forma, la relación entre este hombre y esta mujer parece apuntalada por una dinámica de poder desigual, donde él domina, y ella asume la dominación sometiéndose voluntariamente a él.

Aunque el hombre parece tener seguridad en su tenencia de la mujer, esta certeza se ve cuestionada por otros hombres que también tienen interés en ella (“*todos están pendiente’ a ti*” / “*todos te quieren probar*”). Sintiendo el desafío que otros hombres le plantean, él intenta reafirmar su posición hegemónica en relación con la mujer: primero, reafirmando su posesión sobre ella (“*Pero tu puestá’ pa’ mí*”); segundo, reposicionándose como superior a ellos, quienes representa como inferiores (“*no te dejas llevar de cualquiera*”); tercero, ordenando que ella les rechace (“*dile que tú eres mía*” / *diles que conmigo te vas*” / “*dile a estos bobos que dejen de darte like*”); y cuarto, dirigiéndose indirectamente a los otros hombres (y a la mujer) de forma amenazadora (“*que a ti nadie va a tocarte*”).

En el vídeo de la canción T3, nos encontramos con dos escenas, T3E1 y T3E2 muy similares donde los artistas persiguen con la mirada a una mujer con escasa ropa que pasa a su lado, así cosificándola y sexualizándola. En T3E3, un grupo de más de 10 mujeres bailan al pegadas a Bad Bunny y Drake, demostrando interés en ellos. Las mujeres no cantan ni hablan, sólo se mueven de manera sexual. Esta escena se asemeja a vídeos de otros artistas en los que las mujeres también aparecen como objetos sin agencia rodeando al hombre, como es el caso del vídeo de *Mala Mía*, de Maluma y *Soltera*, de Lunay. Fijándonos en la representación masculina, esta escena parece construir a los dos hombres dentro del arquetipo de masculinidad hegemónica en relación con las ideas de conquista sexual y éxito con las mujeres.

Bonino (2002) explica que la conquista sexual de una mujer por parte de un hombre es símbolo de su estatus dentro de la jerarquía de masculinidad hegemónica. En el vídeo, los hombres aparecen como sujetos de atención de todas las mujeres, por consiguiente, reproduciendo relaciones de género en la que la posición social dominante

es asumida por ellos, y la sumisa, por ellas. El vídeo pone en evidencia que los hombres son sujetos del patriarcado, mientras que las mujeres son objetos de él. Lo que marca la diferencia de este producto audiovisual de otros que manifiestan valores patriarcales similares, es el tono irónico postfeminista que lo encuadra.

La visión del feminismo como lucha social ya lograda permite al postfeminismo desarrollar una sensibilidad en la que valores machistas y sexistas son reproducidos mediante la ironía o el sarcasmo. La ironía sirve, pues, de justificante de su sexismo: hay conciencia del sexismo de la broma, pero el hecho de ser consciente de ello, lo hace exento de sexismo (Riley y Evans, 2018; Ging, 2005; Díaz Fernández 2019). Esta ironía postfeminista, o guiño postfeminista, está reflejada en T3. Cuando Bad Bunny canta “*tú sabes que eres mía / tú misma lo decías*”, el cantante caracteriza a la mujeres como objeto de su propiedad, por tanto, poniendo de manifiesto los valores patriarcales de posesión. Sin embargo, representa a las mujeres como ellas mismas poniéndose en la condición de propiedad. Por consiguiente, no es el hombre, en este caso, Bad Bunny, quien ve a las mujeres como objetos que poseer, sino las propias mujeres, irónicamente. De esta forma, el guiño postfeminista se articula en la letra, donde la mujer está en control y ella decide, como sujeto con agencia, ser poseída por el hombre.

7. Discusión: Perreo postfeminista

En este artículo he realizado un análisis crítico del discurso con una perspectiva feminista en la música del reggaetonero Bad Bunny. A través del concepto de sensibilidad postfeminista de Gill (2007), he explorado los entrecruzados y contradictorios sentimientos feministas y antifeministas que apuntalan las letras y vídeos del artista. Desde representar a la mujer como sujeto con agencia propia y celebrar su empoderamiento social, a construirla como objeto sexual y altamente cosificado en los vídeos, la música de Bad Bunny aparece enmarcada dentro de una sensibilidad postfeminista en la que la mujer se encuentra en tensión, situada en el epicentro de un entrelazamiento feminista y misógino, simultáneamente.

Por su parte, la masculinidad también emerge como fenómeno entrecruzado: por momentos distanciado de la masculinidad hegemónica patriarcal, seguido por momentos de enardecimiento de esta hegemonía. El concepto de sensibilidad postfeminista me ha permitido, así, esclarecer la construcción de las ideas de feminidad y masculinidad en las canciones y vídeos de Bad Bunny, que, aunque presentadas como alejadas de sus articulaciones tradicionalistas y/o hegemónicas, siguen reproduciendo valores neoconservadores y relaciones de poder patriarcales.

Sin embargo, me gustaría subrayar la posibilidad y potencialidad de cambio dentro del género del reggaetón. Aunque la muestra para este trabajo de 5 canciones de un mismo artista es pequeña, considero que se puede realizar una contribución de valor analizando su música dentro del marco teórico de la sensibilidad postfeminista. A pesar de las reiteraciones sexistas y misóginas subrayadas en el análisis, las canciones de Bad Bunny exploradas en este artículo también presentan una oportunidad de transformación: la construcción de masculinidad emerge de manera ambivalente y en estrecha relación con políticas feministas que la alejan del ideal de masculinidad hegemónica. Por ejemplo, en T1 y en el vídeo de T4, vemos a Bad Bunny participando en lo que puede considerarse como una subversión de género dentro de un marco queer en el que la masculinidad tradicional y hegemónica característica del reggaetón se redefine en concordancia con valores progresistas y feministas.

La noción de masculinidad tradicionalista basada en ideas de virilidad, potencia sexual y superioridad física (Connell, 1995), es transgredida, presentando una forma de masculinidad diferente y abierta que incorpora elementos feministas. En este sentido, la masculinidad construida a través de la persona y música de Bad Bunny dentro del marco del postfeminismo no se contrapone a la masculinidad hegemónica, ni supone una completa subversión del esquema tradicional masculinista.

Esta nueva masculinidad postfeminista supone una hibridación (Demetriou 2001) que organiza y desarrolla en los siguientes puntos: 1) se aleja de forma significativa de la performatividad hegemónica; 2) incorpora en su discurso ideas feministas sobre género, sexualidad y orientación sexual, pudiendo llegar a cruzar la línea de la heteronormatividad 3) fortifica el dominio social masculino a la vez que ocultan los sistemas de poder y desigualdad que permiten solidificar su supremacía.

Consecuentemente, la masculinidad postfeminista subvierte y se feminiza, al mismo tiempo que sedimenta su hegemonía de forma encubierta. En el caso de estudio de Bad Bunny, esto se evidencia en sus letras y vídeos con mensajes feministas, en los que también aparece una cosificación y sexualización de la mujer. En la cultura popular actual, vemos la emersión de esta masculinidad, o masculinidades ya que se presenta y articula de diferentes maneras, en otros artistas dentro del género musical, como J Balvin (Gomar 2019) y en representaciones audiovisuales de hombres, como en las series *Sex Education* o *Élite* (véase Díaz-Fernández, en prensa). Los hombres que habitan estas nuevas masculinidades suelen ser blancos y de clase media, aunque se está diversificando (Pando-Canteli y Rodríguez 2020).

Este emergente paradigma de representación de masculinidades no implica, por lo tanto, una ruptura con la hegemonía masculinista, pero sí, como se ha visto en el caso de Bad Bunny, contiene aspectos relevantes que ayudan a desdibujar hasta cierto punto la masculinidad rígida patriarcal. Con esto, no pretendo correr la cortina a las actitudes problemáticas resaltadas en el artículo, sino también destacar posturas progresistas, que, aunque

forman parte de un entrelazado postfeminista de carácter misógino, pueden ser símbolos de una oportunidad de cambio en el género musical.

Referencias bibliográficas

- Arbona-Ruiz, Marissa (2017). *The «despacito» effect: The year latino music broke the charts*. Disponible en: <http://nbcnews.to/2YSgHCs>
- Arévalo, Karina; Chellew, Emilia; Figueroa-Cofré, Isabel; Arancibia, Adonai & Schemied, Simone (2018). Ni pobre diabla ni candy: Violencia de género en el reggaetón. *Revista De Sociología*, 33(1), 7-23. doi:10.5354/0719-529X.2018.51797
- Banet-Weiser, Sarah (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Durham NC: Duke University Press.
- Bärtl, Mathias (2018) YouTube Channels, Uploads and Views: A Statistical Analysis of the Past 10 Years.” *Convergence*, (24), 16-32. doi: <https://doi.org/10.1177/1354856517736979>.
- Benavides Murillo, Clotilde (2007). Los estereotipos femeninos en los vídeos musicales del género reggaeton: Una cuestión de género. *Revista Estudios*, 20, 187-200.
- Bonino Méndez, Luis (2002). Masculinidad hegemónica e identidad masculina. *Dossiers Feministes*, 6, 7-35.
- Borraz, Marta (2018). *La «culpa» es del alcohol o de la ropa provocativa: La cultura de la violación se resiste a desaparecer*. Disponible en: <http://bit.ly/3jsicAS>
- Butler, Judith (1990). *Gender trouble*. New York: Routledge.
- Carballo Villagra, Priscila (2006). Reggaeton e identidad masculina. *Cuadernos Inter.cambio sobre Centroamérica y el Caribe*, 3(4), 87-101.
- Casado Mateos, Cristina; Asan Pita, María; Zambrano Vélez, Mónica; Cedeño Mejía, Robert y Villamar Ruíz, José (2015). Un análisis de la violencia y el sexismo desde el imaginario musical ecuatoriano de la región Costa. *Revista De Comunicación De La SEECI*, 38, 225-261.
- Cepeda, Eduardo (2018). Tu pum pum: Why did the media declare the death of reggaeton in the late 2000s?. Disponible en: <http://bit.ly/3rufspf>
- Connell, Raewyn. (1995). *Masculinities* Polity Press.
- Connell, Raewyn & Messerschmidt, James W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829-859. doi: <https://doi.org/10.1177/0891243205278639>
- Demetriou, Demetrakis Z. (2001). Connell’s Concept of Hegemonic Masculinity: A Critique. *Theory and Society*, 30 (3), 337-361. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/657965>
- Deliovsky, Kathy (2008). Normative white femininity: Race, gender and the politics of beauty. *Atlantis*, 33(1), 49-59.
- Díaz Fernández (en prensa). Post-queer sexualities? Exploring the (re)definition of male’s heteronormativity in the Netflix show ‘Élite’. *Journal of Gender Studies*.
- Domínguez, Yolanda (2020). El nuevo tongo feminista de bad bunny. *Huffington Post*. Disponible en: <http://bit.ly/3tzLSAE>
- El País (2020). Bad bunny convence a sectores del feminismo con el vídeo de ‘Ella perrea sola’. El País. Disponible en: <http://bit.ly/3jqLkrT>
- Escobar, Silvia (2018). *Análisis del sexismo en las letras de reggaetón*. [Trabajo Final de Máster]
- Europa Press (2019, 3 April). El «reggaeton» adopta una nueva tendencia feminista según un estudio. *La Vanguardia*. Disponible en: <http://bit.ly/3tBBgkS>
- Fajardo, José y García Pozo, Carlos (2019, May 15). Así perrea España: Cómo el reggaetón pasó de las pandillas latinas a las discotecas pijas. *El Mundo*. Disponible en: <https://bit.ly/3joNOae>
- Faludi, Susan (1991). *Backlash: The undeclared war against American women*. New York: Three Rivers Press.
- Foucault, Michel (1988). *Technologies of the self: A seminar with Michel Foucault*. Londres: Tavistock.
- Gallucci, María José (2008). Análisis de la imagen de la mujer en el discurso del reggaeton’. *Opción: Revista De Ciencias Humanas Y Sociales*, 55, 84-100.
- García, Iliana (2012). Sexualidades y géneros: ¿dónde los compró?. *El Amauta*, 8/9, 3-26.
- Gill, Rosalind (2007a). Critical respect: The difficulties and dilemmas of agency and ‘Choice’ for feminism: A reply to Duits and van Zoonen. *European Journal of Women’s Studies*, 14(1), 69-80. doi: <https://doi.org/10.1177/1350506807072318>
- Gill, Rosalind (2007b). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147-166. doi: <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>
- Gill, Rosalind & Orgad, Shani (2015). The confidence cult(ure). *Australian Feminist Studies*, 30(86), 324-344. doi:10.1080/08164649.2016.1148001
- Ging, Debbie (2005). «A ‘Manual on masculinity’? the consumption and use of mediated images of masculinity among teenage boys in Ireland». *Irish Journal of Sociology*, 14(2), 29-52. doi:10.1177/079160350501400203
- Gomar, Ignacio (2019). *J Balvin, La Superestrella Que Trascendió El Machismo Del Reguetón*. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2019/08/30/gente/1567166340_488442.html
- Gómez López, Bárbara (2020). *Por qué bad bunny le es útil al feminismo*. Disponible en: <https://bit.ly/3oR01pj>
- Gwynne, Joel & Muller, Nadine (2013). *Postfeminism and contemporary Hollywood cinema* Springer.
- Thacker, Hannah & Christal Mwei (2016). *Welcome to the Singles Era*. Disponible en: <https://humanhuman.com/articles/welcome-to-the-singles-era>
- Kim, Michelle (2020). “Violence against women affects me”: Bad bunny opens up about gender and politics. Disponible en: <http://bit.ly/2OeAGt1>
- Lagarde, Marcela (2000). La soledad y la desolación. Disponible en: <https://bit.ly/3pWu6oW>
- Lavin, William (2020). «Bad Bunny Calls Attention to Murder of Transgender Woman Alexa on ‘Jimmy Fallon’» Disponible en: <https://www.nme.com/news/music/bad-bunny-transgender-woman-alexa-jimmy-fallon-2616114>

- Llorente, Analía (2020). «Ni una menos»: Chiara páez, la adolescente embarazada de 14 años cuyo brutal asesinato dio origen al movimiento contra la violencia machista. *BBC*. Disponible en: <http://bbc.in/2MZy69J>
- Marshall, Wayne., Z. Rivera, Raquel y Pacini Hernández, Deborah (2010). Los circuitos socio-sónicos del reggaetón. *Trans. Revista Transcultural De Música*, 14, 1-9.
- Martínez García, Patricia y Aguado-Peláez, Delicia (2017). La reapropiación de los cuerpos de las mujeres en la ficción televisiva. Análisis de *Orange is the new black*. *Investigaciones Feministas*, 8(2), 401-413. doi:10.5209/INFE.54974
- Martínez Noriega, Dulce Asela (2014). Música, imagen y sexualidad: El reggaetón y las asimetrías de género. *El Cotidiano*, 186, 63-67.
- McRobbie, Angela (2007). Top girls?. *Cultural Studies*, 21(4-5), 718-737. doi:10.1080/09502380701279044
- McRobbie, Angela (2009). *The aftermath of feminism: Gender, culture and social change*. London: SAGE Publications Inc.
- Negrón-Muntaner, Frances (2009). Poetry of filth: The (post) reggaetonic lyrics of calle 13. In Raquel Z. Rivera, Wayne Marshall & Deboorah Pacini Hernández (Eds.), *Reggaeton* (pp. 327-341). Durham NC: Duke University Press.
- Negrón-Muntaner, Frances, & Z. Rivera, Raquel (2007). Reggaeton nation. *NACLA Report on the Americas*, 40(6), 35-39. doi:10.1080/10714839.2007.11725387
- Nieves Moreno, A. (2009). A man lives here: Reggaeton's hypermasculine resident. In Raquel Z. Rivera, Wayne Marshall & Deborah Pacini Hernández (Eds.), *Reggaeton* (pp. 252-280). Durham NC: Duke University Press.
- Pando-Canteli, María J. y María Pilar Rodríguez Pérez. 2020. Nuevos Modelos De Masculinidad En La Publicidad: Menvertising. In *Construcciones Culturales Y Políticas Del Género*, edited by Eva Hernández Martínez, José Manuel López-Agulló Pérez-Caballero and Sergio Marín Conejo, 12-24. Madrid: Dykinson.
- Parsons, Vic (2020, Mayo 14). *Bad bunny says he's 'never felt as masculine' as the day he did drag for the first time*. Disponible en: <http://bit.ly/2YQMNOV>
- Ramírez, Noreña y Viviana, Karina (2012). El concepto de mujer en el reggaeton: Análisis lingüístico. *Lingüística Y Literatura*, 62, 227-243.
- Ramos, Isabel (2015). A ella le gusta agresivo: An analysis of the negative representation of women in reggaeton songs. *Social Eyes*, 6, 67-75.
- Riley, Sarah & Evans, Adrienne (2018). "He's a total TubeCrush": Post-feminist sensibility as intimate publics. *Feminist Media Studies*, 18(6), 996-1011. doi:10.1080/14680777.2017.1367701
- Riley, Sarah; Evans, Adrienne; Elliott, Sinikka; Marecek, Jeanne & Rice, Carla (2017). A critical review of postfeminist sensibility. *Social and Personality Psychology Compass*, 1-12. doi:10.1111/spc3.12367
- Ringrose, Jessica & Renold, Emma (2012). Slut-shaming, girl power and 'Sexualisation': Thinking through the politics of the international SlutWalks with teen girls. *Gender and Education*, 24(3), 333-343. doi:10.1080/09540253.2011.645023
- Rivera, Adriana (2020). *Bad bunny y la mercantilización del feminismo*. Disponible en: <https://bit.ly/2MGx16L>
- Rivera-Rideau, Petra R. (2015). *Remixing reggaetón the cultural politics of race in Puerto Rico*. Durham NC: Duke University Press.
- Rivers, Nicola (2017). *Postfeminism(s) and the arrival of the fourth wave*. Palgrave Macmillan.
- Rumens, Nick (2-17). Postfeminism, men, masculinities and work: A research agenda for gender and organization studies scholars. *Gender, Work & Organization*, 24(3), 245-259. doi:10.1111/gwao.12138
- Sandoval Vela, Isabela (2019, Feb 20.). ¿Llegó la hora del reggaetón feminista?. Disponible en: <http://bit.ly/3aH8feQ>
- Stainton-Rogers, Wendy & Stainton-Rogers, Rex (2001). *The psychology of gender and sexuality*. Buckingham: Open University Press.
- Stecher, Antonio (2010). El análisis crítico del discurso como herramienta de investigación psicosocial del mundo del trabajo. *Discusiones desde américa latina. Universitas Psychologica*, 9(1), 93-107.
- Toro, Ximena (2011). Métele con candela pa' que todas las gatas se muevan. identidades de género, cuerpo y sexualidad en el reggaetón. *Revista Punto Género*, (1), 81-102. doi:10.5354/0719-0417.2011.16824
- Trujano Ruiz, Patricia y Raich I Escursell, María (2000). Variables socioculturales en la atribución de culpa a las víctimas de violación. *Psicothema*, 12(2), 223-228.
- van Dijk, Teun (2015). Critical discourse analysis. In D. Tannen, D. Schiffrin & H. Hamilton (Eds.), *Handbook of discourse analysis* (pp. 466-485) Academic Press.
- Viera, Mariana (2018). Bad Bunny's embrace of femininity comes with a caveat. *Vice*. Disponible en: <http://bit.ly/2MZ1ehk>
- Whelehan, Imelda (2000). *Overloaded: Popular culture and the future of feminism*. London: Women's Press.
- Williamson, Judith (2003). Sexism with and alibi. *The Guardian*. Disponible en: <http://bit.ly/2MEKdJn>
- Wodak, Ruth, & Meyer, Michael (2001). *Methods of critical discourse analysis*. Londres: Sage Publications Ltd STM

Silvia Díaz Fernández:

Universidad Complutense de Madrid. Investigadora Visitante en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense. Personal de Apoyo a la Investigación en un Proyecto financiado dentro del marco Horizonte 2020 en la Facultad de la Información de la Universidad Complutense. Investigadora postdoctoral Marie Curie (MSCA-IF) en la Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación de la Universidad Carlos III de Madrid (2022). Miembro del Centro de Culturas Post-Digitales (Postdigital Cultures) y de la Red de Postdigital Intimacies de la Universidad de Coventry, Inglaterra. Doctora en Medios y Sociología (2020) por la Universidad de Coventry. Sus líneas de investigación se centran en Estudios de Género, Género y Nuevas Tecnologías y Teoría Sociológica Contemporánea. Ha publicado en revistas internacionales como *Gender, Place and Culture*, *Qualitative Inquiry* y *Gender and Education*.

