

<https://doi.org/10.16888/interd.2025.42.1.31>

Sexismo presente en los videoclips más populares de champeta urbana.

Un estudio descriptivo

Sexism present in the most popular urban champeta video clips. A descriptive study

Tomás Milanés¹, Pedro Vázquez-Miraz² y Graciela Franco³

¹Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena de Indias, Colombia.

<https://orcid.org/0000-0002-2411-3152> E-mail: tmilanes@utb.edu.co

²Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena de Indias, Colombia.

<https://orcid.org/0000-0002-5801-1728> E-mail: pvasquez@utb.edu.co

³Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena de Indias, Colombia.

<https://orcid.org/0000-0003-2366-4232> E-mail: gfranco@utb.edu.co

Universidad Tecnológica de Bolívar,
Cartagena de Indias, Colombia.

Resumen

La champeta urbana es un subgénero musical del caribe colombiano que se ha desarrollado históricamente en torno a la sexualización del rol de las mujeres y a su cosificación como objeto de placer masculino. Esta tiene un gran seguimiento e interés en la juventud de esta región, y es el Caribe colombiano el objeto de investigación por ser esta una cultura marcada fuertemente por el machismo y el racismo. Por medio de una investigación de enfoque cualitativo, se pretende estudiar la forma específica en que la champeta urbana hace una descripción sexista de las mujeres. Con ese fin, se tomó como referencia un listado de factores propuesto por el Observatorio de la Imagen de las Mujeres (OIM), entidad pública de España sin ánimo de lucro que tiene una larga trayectoria en la lucha contra el sexismo en los medios de comunicación, que determinan si un contenido es sexista o no. Para ello se analizaron los ocho videoclips más populares en YouTube de dos de los principales cantantes de este género musical (Mr. Black y Kevin Flórez). Los resultados evidenciaron que casi todos los videoclips analizados describieron a las mujeres a través de recursos de corte sexista que ligaban esta estética musical con una visión machista y patriarcal que identifica a las mujeres como un mero objeto de deseo y de recompensa en una sociedad de consumo, si bien también se ha identificado una menor carga de sexismo en este tipo de música respecto a épocas pasadas.

Palabras clave: sexismo, música popular, mujer, Caribe Colombiano, champeta

Abstract

The urban champeta is a musical sub-genre from the Colombian Caribbean that has historically developed around the sexualisation of the role of women and its objectification as an element of male pleasure which has a strong following and interest in the youth of this region. In this cultural sphere (Colombia's Caribbean Coast) this musical genre, known as champeta, is an art form whose origins date back to African traditions, product of the mixing of cultures in Latin America due to slavery. A specific geographical context (the Colombian Caribbean) characterized by the presence of high levels of male chauvinism and racism in its society, which strongly influences the behaviour and thoughts of the population.

The scientific interest of our research is based on the fact that it is understandable that if a culture promotes sexist values, its music will also promote sexist value (as we think could happen with the most popular champeta songs of today). Thus, the scientific study of the role of women and the presence of violent and sexist components in songs and music videos is an important concern. A fundamental aspect since this is the music that the youth of the Colombian Caribbean listen to (both men and women).

The study of the most popular urban champeta video clips would allow us to identify with tangible data if the traditional sexist discourse is still maintained in current artistic contents of the Caribbean Coast of Colombia more focused on the new generations (or on the contrary, to identify a myth between sexism and urban champeta if this type of music does not really reflect this type of stereotyped visions at the level of the genre), and also to analyse differences (if any) between different urban champeta artists. Through a qualitative research approach, based on a virtual ethnographic design, the aim is to study the specific way in which urban champeta depicts women in a sexist way, taking as a reference a list of factors proposed by the Observatorio de la Imagen de la Mujeres (OIM), a Spanish public non-profit organisation with a long history of fighting sexism in the media, that determine whether a content is sexist or not. For this purpose, the eight most popular video clips on YouTube of two of the main singers of this musical genre (Mr. Black and Kevin Flórez) were analysed, specifically the two most popular urban champeta singers of Colombia's Caribbean Coast.

The results showed that almost every videoclip analysed depicted women through sexist resources, linking this musical aesthetic with a sexist and patriarchal vision that identifies women as mere objects of desire and reward in a consumer society. Women in the most popular and recent urban champeta in the Caribbean Coast of Colombia has been presented as a sexist image (as an object of heterosexual sexual desire and always subordinate to the man with psychological characteristics indisputably associated with sex whose physical canons are linked to beauty based on youth, slimness and voluptuousness), and in particular as a mere representation of the trophy-woman: an aspect historically associated with the sphere of marketing and commercial advertising. In any case, a progressive decrease of the macho values

present in this type of music has also been evidenced with respect to past times because in recent times very popular urban champeta songs have been found that hardly reflect these same sexual stereotypes.

Keywords: sexism, popular music, women, Colombian Caribbean, champeta

Introducción

A lo largo de la historia de la humanidad, la música se ha constituido como un elemento importante para la interacción social y la comunicación entre los miembros de la comunidad durante su cotidianidad (Levitin, 2014). En este mismo sentido, se hace evidente cómo las canciones son un elemento clave para el desarrollo de la memoria social y la forma en la que estas poseen el rol de transmisor de mensajes, que cumplen importantes funciones como codificar, preservar y transmitir información. Dentro de la multitud de elementos musicales que pueden ser estudiados como objeto de estudio, el videoclip tomó relevancia como un elemento de promoción de las canciones que se ha convertido, por su gran popularidad, en un producto cultural de consumo masivo (Illescas-Martínez, 2017) y, en particular, entre las personas más jóvenes de la sociedad.

Es entendible que si una cultura promueve valores sexistas, su música también lo hará. Así pues, el estudio científico del papel de las mujeres, la presencia de componentes violentos y sexistas en las canciones y en los videoclips es una preocupación mayor que la que se tenía en el siglo pasado, al ser la sociedad de hoy en día más sensible a problemáticas como la violencia de género. Un tipo de agresiones que tradicionalmente en el pasado se ocultaba de forma masiva en el marco de la intimidad familiar (Vázquez-Miraz, 2017). Los trabajos como los de Martínez (2011) o Guarinos (2012), entre otros, son ejemplo vivo del cambio producido en esta área del conocimiento a principios del siglo XXI.

En el ámbito cultural de la Costa Caribe de Colombia, el género musical denominado champeta es un arte cuyos orígenes se remontan a tradiciones africanas que arraizaron en esta área geográfica –producto del intercambio cultural que ha conformado la historia de América Latina–, cuyas canciones tienen una gran aceptación popular en los que la sensualidad del baile es un elemento clave (Muñoz, 2001). Se debe recalcar que, históricamente, la música champeta no tiene un origen común si bien hay que destacar la influencia de tres regiones culturales: la costa de Guinea y el norte de Sudán, el área emprendida por Ghana, Dahomey, Togo, Nigeria, el Congo, y Angola (Arteaga, 1994).

Cuando los investigadores asumieron que en el pasado la champeta tuvo un marcado componente sexista –al ser producto de una sociedad machista–, se plantea en este documento la importancia de estudiar la influencia de la música actual en la sociedad del Caribe colombiano y asociarlo con sus problemáticas, tal como la desigualdad social o el racismo de esta región, algo intrínsecamente vinculado a este tipo de música de origen africano (Cabarcas, 2023). Para ello,

el objetivo del presente estudio fue conocer si existen diferencias significativas respecto al grado de sexismo existente entre las canciones más populares de los dos principales cantantes de champeta urbana -subgénero de la champeta.

Lo anterior podría interpretarse erróneamente como una afirmación sobre la presencia de prácticas sexistas en la música popular actual de la zona, aunque aun hoy es relevante analizar los discursos textuales y visuales que puedan evidenciarla. Por esta razón, el equipo investigador –con plena disparidad respecto a la champeta en base a sus gustos musicales– considera fundamental estudiar de manera rigurosa la música que escucha hoy en día la sociedad del Caribe colombiano y analizar posibles tendencias o cambios respecto al papel de las mujeres en este tipo de composiciones.

Para ello, se ha planteado en principio la pregunta problemática sobre si habrá (o no) niveles observables y tangibles de machismo en los videoclips de las canciones más reproducidas de dos de los artistas más populares de la champeta urbana actual y si habría diferencias al respecto entre las distintas canciones o artistas.

Evolución histórica de la champeta y los roles de las mujeres en ella

Una imagen clásica de los barrios más humildes en el Caribe colombiano de hoy en día - con mayoría de habitantes afrodescendientes-, es la formación de *casetas*, bailes de la comunidad en torno a grandes equipos de sonido puestos a todo volumen, conocidos como *pick up's* o *picós*, los cuales compiten entre sí en el objetivo de alcanzar la mayor sonoridad posible (Pardo, 2017), denominadas fiestas de picó. Se trata de celebraciones populares que tienen un largo recorrido histórico (Figura 1). Los discos de música que llegaban a este tipo de barriadas eran conseguidos por los propietarios de los *picós*. Estos productos tenían un gran prestigio social dado que estos se presentaban como genuinos de un determinado negocio de esparcimiento. Dicha exclusividad era una poderosa herramienta que aumentaba el estatus del propietario del *picó* en su comunidad más cercana (Gómez, 2020; Pardo, 2017).

Figura 1

Pareja en fiesta de picó en la década de los 70 (izquierda) Tecnológica de Bolívar // Picó de barrio (derecha) (Internet)



Fototeca Histórica de la Universidad

Es muy posible que el nombre de los *picós* corresponda a la castellanización del nombre *pick up*, con el que se conocieron algunos aparatos reproductores de discos en sus inicios. No obstante, circula también una versión alternativa que sostiene que este nombre se le debe al automóvil de la compañía Ford que alcanzó cierta popularidad en la región y del cual se dice que era un vehículo utilizado con frecuencia para transportar los equipos de amplificación. Ambas versiones son plausibles y no se contradicen con el hecho de que los primeros *picós* de los que hay registros datan de los años cuarenta. De esa época es el *picó* “Lo que sea”, mientras que en los 60 y 70 el *picó* “El Safari” ya amenizaba las fiestas populares y reinados de belleza del Caribe colombiano (Gutiérrez, 2000).

Históricamente es a partir de la década de los ochenta cuando los grupos musicales afrodescendientes locales empiezan a interpretar canciones procedentes de la tradición africana, por las que se conoció una de sus primeras evoluciones comerciales como “terapia” (Contreras, 2003; Martínez, 2011). En estos entornos solían protagonizarse trifulcas en las que los contendientes sacaban unos cuchillos de largas dimensiones denominados *champetas* (Martínez, 2011). Tampoco se desconoce el papel del Festival de Música del Caribe en la popularización de este tipo de música, cuya primera versión se realizó en 1982. Este festival, creado por Antonio Escobar y Francisco de Onís, empezó a traer a la ciudad agrupaciones musicales antillanas, cuyos ritmos influyeron en la champeta urbana.

Las transformaciones sociales, culturales, comerciales y musicales del Caribe colombiano en las últimas décadas, han dado paso a nuevas dinámicas artísticas en el ambiente donde se baila y se escucha champeta, conocidos popularmente –tanto los entornos o personas– por el adjetivo calificativo *champetío* (Gómez, 2020), que produjo un fenómeno de industrialización de lo folclórico y lo popular en el actual mercado simbólico, lo cual es un fenómeno común en los procesos de modernización (García-Canclini, 1990). De esta manera, la champeta iría moldeándose hasta ser y estructurarse en múltiples versiones, en la que una de las más exitosas es la denominada como champeta urbana. Este es un subgénero de la champeta que, aunque maneja la estética tradicional del género, está caracterizado por una mayor preocupación por la estilización en la vestimenta del artista, un interés más destacado respecto al montaje visual de los productos artísticos elaborados y centra sus mensajes en letras muy directas, de muy fácil comprensión y con un relevante contenido sexual. Esta última característica podría considerarse superior al de similares tipos de música como el reguetón que se diferencia porque la champeta urbana en el pasado presentaba, constantemente, explícitas descripciones machistas sobre la mujer, un componente cultural derivado de las mismas características sociodemográficas del entorno en el que fue desarrollada la champeta en sí (Galluci, 2008).

Se podría afirmar que con la difusión y aceptación de estos ritmos durante todo el siglo XX en la Costa Caribe colombiana, la champeta actualmente ya es un valor implícito e identitario de la cultura de la zona y un producto de consumo masivo de gran importancia económica, que también ha sido considerado un objeto de estudio para los académicos e investigadores (Aldana, 2008; Cabarcas, 2023; Cano, 2021; Contreras, 2003; Giraldo y Vega, 2014; Gómez, 2020; Martínez, 2011; Muñoz, 2003; Pardo, 2017; Ramsdell, 2020). Esto es un aspecto social de gran importancia investigativa, pues la sociedad de la Costa Caribe de Colombia presenta una elevada aceptación de comportamientos y creencias misóginas, en particular en las personas de edad más avanzada que, continuamente, infravalora el rol de las mujeres y genera una imagen estereotipada de los roles sexuales (González y González, 2005). Además, muchas personas jóvenes asumen opiniones parecidas debido a la influencia social que reciben actualmente, entre otros de la música que se escucha, la literatura que se lee y otras manifestaciones de la cultura que encubren de manera ambigua posiciones antifeministas (Menéndez, 2017).

Esta infravaloración del papel de las mujeres en la sociedad, así como su estereotipación en ciertos roles, tiene larga tradición en la manifestación festiva de los reinados de belleza en ciudades del Caribe colombiano como Cartagena de Indias. En estos certámenes el cuerpo de las mujeres es medido, sometido a examen y expuesto en el que, de manera implícita, se relacionan los valores femeninos a un particular patrón de belleza física, asociado a la delicadeza, la voluptuosidad y, en las últimas décadas, con frecuencia, al sometimiento a extremos procedimientos de embellecimiento. Todo esto es presentado bajo la idea de que la reina de las fiestas representa los valores también de la simpatía y una mal entendida feminidad. Como

destaca Gutiérrez (2000) se apela con frecuencia a que las mujeres agradasen por sus perfiles de cuerpo y alma.

Marco teórico

En el ámbito específico de los estudios de género, el concepto sexismo se asume como la creencia de que un sexo es superior al otro y, en algunas sociedades (por factores históricos, biológicos, etcétera), por lo general el sexo que se asume como superior es el masculino frente al femenino; una de esas manifestaciones sexistas de esta superioridad masculina se denomina como machismo (Vázquez-Miraz, 2017). Se trata de una forma de pensar y actuar que, como indican Moral y Ramos (2016), defiende y justifica la superioridad y el dominio de los varones sobre las mujeres, que enfatizan unas cualidades atribuidas a la masculinidad (la independencia, la valentía, la fortaleza, etcétera) mientras que estigmatiza otras cualidades atribuidas tradicionalmente a las mujeres (la dependencia, la obediencia, etcétera). Por ello, el género determina e influye, en gran medida, en los roles y expectativas de las personas a lo largo de toda su vida, es decir, lo que se espera de las niñas y los niños queda arraigado socialmente desde la infancia, con consecuencias que impactarán con posteridad en su edad adulta (Saewyc, 2017). Así, cuando se habla de género como concepto teórico, no se hace referencia simplemente a la partición mujeres y hombres en una categoría dicotómica, sino a la forma en las que los comportamientos y creencias de los seres humanos están determinadas por la socialización de los individuos (Vázquez-Miraz, 2017).

Por eso, al hablar de la identidad personal de uno mismo, hay que referirse a un concepto psicológico que se forma a través de la influencia permanente de agentes de socialización que evocan una tendencia hacia la homogeneidad, que permiten identificar a un sujeto dentro de un grupo de referencia, sin olvidar por ello que todos los seres humanos somos únicos (Rocha, 2009). Este es un aspecto fundamental a nivel social, pues las personas requieren y demandan tener una posición en el mundo para poder hacer comparaciones con los demás miembros de la comunidad (Navarrete, 2015). Acorde con esta información, la champeta fue estigmatizada por sus orígenes al igual que las personas afrodescendientes en el Caribe colombiano, por lo que se perdieron, a través de los años, los valores culturales significativos (como el lenguaje propio) por este tipo de presiones (Ramsdell, 2020).

Más específicamente, la socialización de los géneros se funde a través de un proceso de aprendizaje cultural de los roles asignados en base al sexo de la persona y, de esta forma, la construcción del género, la masculinidad y la feminidad constituyen un entorno desigual (Casado et al., 2015). Es un producto derivado de patrones históricos en los que se regía en épocas pasadas la sociedad, frente al planteamiento teórico contrario de plantear una defensa del multiculturalismo que permita a las minorías y a la gente común una mejor vida y poder expresarse libremente por medio de una política cultural diversa (Cabarcas, 2023). Desde el

concepto feminista de patriarcado, estos patrones se mantendrían, y por el que este manido término es entendido como un paradigma social en el que se reproducen aquellas prácticas que impiden el pleno ejercicio de los derechos de las mujeres (Groner et al., 2016). Desterrar estas prácticas es una demanda social ineludible; identificarlas y reconocer los agentes que permiten que se reproduzcan, es evidentemente necesario.

Un antecedente de las estructuras sexistas que propician estas representaciones sociales, reforzadas por producciones de medios de masas, es el caso de las telenovelas latinoamericanas. Como queda identificado en el trabajo de Posada y Utrera (2020) se evidencia cómo incluso las letras de las canciones que sirven de cortinilla de entrada reproducen los estereotipos sexistas. Con estos hallazgos se demuestra cómo la cosificación de las mujeres ha sido un fenómeno que demanda también la responsabilidad de estos productos audiovisuales. Por ende, la música ha jugado un papel fundamental como agente socializador y creador de imaginarios colectivos y, en este mismo sentido, las canciones –como expresiones culturales que son– han sido históricamente un buen fruto de los códigos éticos de toda sociedad que, a la vez, instalan ideas y prácticas de modos más o menos sutiles. Como explica María López-Maestre (2021, p. 281): “Las canciones aportan un material discursivo de especial interés para los estudios textuales feministas. Por su carácter lúdico y de entretenimiento constituyen unas manifestaciones culturales especialmente susceptibles de generar una actitud de complaciente abandono, la cual puede propiciar el que ideologías sutiles y encubiertas que sustentan el sexismo y la violencia de género, arrojadas por el placer de la música y los ritmos pegadizos, puedan llegar a pasar desapercibidas por las personas que las disfrutan o bailan en momentos de ocio y diversión”.

En el Caribe colombiano, los géneros musicales como la champeta o el reguetón han gozado de una creciente popularidad y resultan un campo de estudio pertinente (Díez, 2021), ya que a través de las letras de estas populares canciones y sus complementos visuales (videoclips) se pueden analizar diferentes aspectos sociales, por ejemplo, desde la estética mayoritaria de una sociedad basada en sus valores morales (Juárez, 2020). Al fin y al cabo, los videoclips de los géneros musicales citados son medios de comunicación que también pueden reflejar los ideales machistas de la sociedad imperante del Caribe colombiano y los posibles cambios en esta específica cosmovisión.

El videoclip es uno de los canales de transmisión de música más relevantes, pues integra en un todo una imagen, una música y la letra de una canción, que hace que convivan en su seno, una narración lingüística y otra musical (Bjornberg, 1992). En este mismo sentido Roncallo y Uribe (2017) definen al videoclip como una sinestesia entre la imagen y el sonido que da como resultado una particular y breve forma de comunicación audiovisual, cuyo fin es difundir un producto cultural de corte musical que también proyecta un relevante nivel de experimentación y expresividad, por lo que este producto es una de las maneras de arte contemporáneo más interesante a nivel científico.

En definitiva, el estudio de los videoclips más populares de la champeta urbana permitiría identificar con datos tangibles, si el discurso sexista de corte tradicional sigue con los mismos contenidos artísticos actuales de la Costa Caribe de Colombia más enfocados a las nuevas generaciones o, por el contrario, identificar un mito entre el sexismo y la champeta urbana si este tipo de música no refleja realmente estas visiones estereotipadas a nivel del género–, y también analizar diferencias, en el caso de que existieran, entre los artistas de champeta urbana más relevantes.

Método

El presente estudio se plantea como una investigación cualitativa. La metodología planteada se asocia a conseguir una reflexión sobre el trasfondo cultural de objetos de estudio concretos, presentes en Internet (como son los videoclips de champeta) y más específicamente sobre la interacción que se produce entre los distintos componentes que conforman los videoclips (tonalidad y letra de la música, escenografía, etcétera) junto a las interacciones sociales que estos mismos elementos evocan y que suceden en un mismo espacio digital (Domínguez et al., 2007), particularmente en la popular plataforma de streaming YouTube.

Así pues, se pretendió analizar un determinado contenido audiovisual -videoclips- en función de la letra de sus canciones, la música y el contenido visual por medio de un ejercicio de observación sistemática para resolver la pregunta problema señalada en la introducción de este estudio. Para identificar el grado de sexismo presente en los videoclips, se manejó una herramienta de cribado planteada por una corporación española sin ánimo de lucro –el Observatorio de la Imagen de las Mujeres (OIM)– de gran tradición histórica en el ámbito de la publicidad y el fomento de una imagen no estereotipada de las mujeres en los medios de comunicación. Este material está conformado por 11 factores que determinarían si un material comunicacional es o no sexista. Se considera que esta herramienta es útil para el contexto del Caribe colombiano, puesto que el instrumento ha sido manejado por todo el equipo investigador sin ninguna dificultad, a pesar de ser elaborado en otro contexto geográfico (Tabla 1).

Tabla 1***Factores que determinan el grado de sexismo en un contenido comunicacional***

Número del factor	Descripción del factor
1	Frivolizar o justificar, de cualquier manera, comportamientos o actitudes que impliquen alguna forma de violencia contra las mujeres.
2	Situar a las mujeres en posiciones de subordinación o inferioridad, con menores capacidades o no aptas para asumir responsabilidades.
3	Menospreciar o ridiculizar las actividades o valores atribuidos a las mujeres, o contraponer la superioridad de los masculinos o femeninos.
4	Ridiculizar, infravalorar o presentar de forma vejatoria a las mujeres en cualquier clase de actividad profesional.
5	Utilizar a la mujer y a su cuerpo reducido, exclusivamente, a un mero objeto sexual, pasivo y al servicio de la sexualidad y los deseos del hombre.
6	Exhibir imágenes del cuerpo femenino o alguna de sus partes, como un recurso para captar la atención o como un adorno o reclamo, ajeno al contenido del anuncio y lo anunciado.
7	Fomentar un modelo de belleza femenino basado en la juventud, delgadez o perfección corporal, de acuerdo a cánones poco reales, que puedan proponer comportamientos lesivos para la salud de las mujeres o que sean asociados a su éxito personal y social.
8	Asignar a las mujeres, de manera clara y diferenciada, la responsabilidad exclusiva o principal de cuidados a terceros y al ámbito doméstico, a la vez que excluyen o asignan un plano secundario a los hombres en dicha responsabilidad.
9	Atribuir capacidades según el sexo para el ejercicio de diferentes profesiones o categorías profesionales, de forma que se sugiera la falta de aptitud de las mujeres para el ejercicio de alguna de ellas.
10	Establecer diferencias con respecto a las distintas opciones o actividades sociales que son adecuadas para hombres o para mujeres, con especial atención a la infancia y la publicidad de juguetes.
11	Recurrir a un lenguaje que de forma clara invisibiliza o excluye a las mujeres, como por ejemplo cuando hay contradicción entre la imagen y el texto en el género aludido.

Fuente: Observatorio de la Imagen de las Mujeres (OIM)

Posteriormente, se seleccionaron ocho videoclips, presentes en YouTube, de los dos cantantes de champeta urbana más populares de la Costa Caribe de Colombia: los artistas Mr. Black y Kevin Flórez, considerados respectivamente como “el presidente de la champeta” y “el rey de la champeta urbana” (Gómez, 2020). La plataforma YouTube -propiedad de Google- es el portal de videos *online* de mayor éxito a nivel global.

El nivel de popularidad fue determinado en función del número de seguidores que tenían estos músicos en los perfiles de esta plataforma. Después se escogieron las cuatro canciones más escuchadas de sendos artistas (Tabla 2), las cuales fueron observadas y catalogadas en función de los factores de la OIM que estas presentaran. Para ello, se analizó la aparición de cada factor en la muestra, en formato *check-list* dicotómico (se presenta o no el determinado factor) con el fin de conocer los niveles de sexismo –a mayor presencia de factores, mayor nivel de sexismo– y conocer posibles diferencias entre los cantantes más populares de champeta urbana en función de la imagen que este género musical proyecta de la mujer.

Tabla 2
Características básicas y popularidad de los videoclips revisados

Título del videoclip	Fecha de publicación	Vistas en YouTube	Fecha de revisión
<i>Cantante: Mr. Black</i>			
<i>El serrucho</i>	08/11/2013	71.943.976	13/03/2022
<i>El matrimonio</i>	21/04/2018	62.973.014	14/03/2022
<i>Bandida</i>	25/05/2013	48.597.057	15/03/2022
<i>La cama</i>	31/10/2019	27.696.815	15/03/2022
<i>Cantante: Kevin Flórez</i>			
<i>La invité a bailar</i>	26/01/2013	47.011.189	16/03/2022
<i>Con ella</i>	01/06/2013	36.520.285	16/03/2022
<i>Asómate a la ventana</i>	12/09/2014	24.338.330	17/03/2022
<i>La pikotera</i>	09/02/2019	16.162.093	17/03/2022

Fuente: Elaboración propia con datos de YouTube (2022)

Utilizar esta herramienta en una selección de canciones de champeta de los dos artistas más populares durante los últimos diez años –cuyas letras y respectivos videoclips han obtenido el mayor número de reproducciones en la plataforma YouTube– permite identificar posibles prácticas sexistas que refuerzan los estereotipos del paradigma patriarcal o una mejora en este tipo de patrones asociados históricamente con esta música. Al ser la música urbana popular un subgénero tan difundido en el contexto observado, resulta necesaria esta identificación científica para evitar que ciertos comportamientos o tendencias pasen desapercibidos. Bajo la diversión de los bailes de moda o de la reivindicación identitaria del ritmo autóctono pueden encontrarse

prácticas que refuerzan el machismo en la sociedad vigente o, por el contrario, cambios a favor de una perspectiva más feminista, respecto a épocas pasadas.

Adicional a lo anterior, se quisiera recalcar explícitamente que este trabajo es producto derivado de una práctica investigativa llevada a cabo por un alumno de la Universidad Tecnológica de Bolívar (Cartagena, Colombia) interesado en los estudios de género y la supervisión activa de dos de sus docentes que trabajan esa línea investigativa. Se trató de una modalidad de opción de Trabajo de Grado que ha permitido finalizar sus estudios de Psicología a un joven universitario en el año 2021. El haber elaborado entre estudiantes y docentes universitarios un artículo científico de alto impacto ha permitido enseñar, exitosamente a un educando, el complejo proceso didáctico que está detrás de este logro académico (Vázquez-Miraz et al., 2020). Debido al nivel formativo del alumno se ha considerado elaborar, en el presente documento, una investigación exploratoria basada en diseño descriptivo-analítico, de la que el equipo investigador es consciente de las limitaciones inherentes de estos análisis en los particulares campos de las ciencias sociales y de la educación (Ballestín y Fàbregues, 2018).

Resultados

Los principales resultados obtenidos evidenciaron que las canciones más populares de los dos cantantes de champeta urbana más reputados en el Caribe colombiano presentan a sus seguidores un contenido de alto contenido sexista; mas esta evidencia no se puede generalizar pues no todas las composiciones se caracterizan por la presencia de elementos misóginos y el éxito asociado a ellas, en base al nivel de sexismo, también se presenta de manera dispar (Tabla 3). Hay notables diferencias entre los artistas y las canciones que deben especificarse con un mayor detenimiento.

Tabla 3

Sexismo presente en los videoclips de champeta urbana analizados

Título del videoclip	Factores de sexismo (total)	Descripción del videoclip
<i>Cantante: Mr. Black (Sumatorio de factores en sus canciones = 14 factores presentes)</i>		
<i>El serrucho</i>	1,2,5,6,7 (5 factores)	Canción con mensaje audiovisual frívolo compuesto por referencias metafóricas sexuales y desarrollado visualmente sobre una <i>performance</i> en el que la mujer es reducida a un objeto sexual y el hombre se presenta rodeado de mujeres como símbolo de éxito y poder. Uso recurrente y repetitivo de metáforas sexuales: “ <i>Yo soy su carpintero</i> ”, “ <i>Yo soy el que la clava</i> ”.
<i>El matrimonio</i>	- (0 factores)	Se considera que la letra no presenta factores sexistas. Únicamente se podría mencionar que en el aspecto visual se presenta a la esposa del cantante como “Sra. De Mr. Black”. Característica que no se la consideraría con suficiente poder para considerarla como misógina.
<i>Bandida</i>	1,2,3 (3 factores)	Canción de despecho que describe a la mujer de forma peyorativa. Según la narrativa de la canción la mujer rechaza al hombre y, por lo tanto, es completamente culpable del malestar del varón. Frases que destacan del videoclip: “ <i>La noche se ha apoderado de tu inocencia, de tu humildad</i> ”, “ <i>Tú eres bandida, la mujer que jugó con mi vida</i> ”, “ <i>Te olvidaste de este hombre que un día te enseñó a amar</i> ”.
<i>La cama</i> <i>Videoclip también presente en el canal oficial de YouTube de Mr. Black, si bien esta canción es una colaboración con Kevin Flórez y otro cantante.</i>	1,2,3,5,6,7 (6 factores)	Se trata de proyectar una <i>performance</i> bajo la hipersexualización de la mujer. Durante todo el discurso auditivo y visual se denota una intensa reducción de la imagen de la mujer a un mero objeto sexual sometido a los hombres. Esto se hace evidente en el uso de palabras de doble sentido con fuerte carga sexual y frases cortas del estilo: “ <i>El marido la trata como toda una dama y yo lo que quiero es hacerle el paso de la cama</i> ”, “ <i>Toco tu cuerpo como guitarra suave y sutil, es que me encanta</i> ”, “ <i>Quiero ser tu dueño</i> ”.

Cantante: Kevin Flórez (Sumatorio de factores en sus canciones = 16 factores presentes)

<i>La invité a bailar</i>	1,2,3,5,6,7 (6 factores)	En la narrativa la chica decía no bailar champeta y el chico la invita a aprender. La letra hace referencias a la sensualidad y erotismo de la champeta, y el protagonismo de una mujer sexualizada, subordinada y que incluso ofrece a otras mujeres al hombre como forma de recompensa. Frases que resaltan lo indicado: “ <i>La invité y fuimos a una caseta y yo... la agarré</i> ”, “ <i>Ella a mí sí me camina</i> ”, “ <i>Me dice que esto es lo mejor, que si esto se repite me promete que llevará más amigas al show</i> ”, “ <i>Ahora está contenta y ella me dice que la pegué contra la pared</i> ”.
<i>Con ella</i>	1,2,3,5,6,7 (6 factores)	Canción en la que se narra la atracción y deseo de bailar con la mujer protagonista. Se describe a la mujer tanto en lo auditivo como en lo visual, como parte de un deseo sexual, cosificándola de manera constante. Frases describen lo anterior tales como: “ <i>Sería bueno en una cama yo cogerte y agarrarte el pelo</i> ”, “ <i>Amaneceremos bien locos los dos haciendo el amor con mucho trago de ron</i> ”.
<i>Asómate a la ventana</i>	1,2,5 (3 factores)	Canción que asume a la mujer como un mero complemento del hombre y es la motivación del varón cubrir una necesidad de propiedad mediante una actitud de dominancia. Se resume a la mujer exclusivamente por cualidades físicas: “ <i>Que seas mía yo quiero</i> ”.
<i>La pikotera</i>	2 (1 factor)	El videoclip presenta a una niña la cual su progenitor le canta acerca de su afición por el baile de <i>picó mientras que la menor va creciendo</i> . Se describe una subordinación y dependencia de la mujer a la figura masculina por medio de la atracción del baile: “ <i>Solo con mi choqueteo, se pega, se pega otra vez</i> ”.

Fuente: Elaboración propia (2022)

Nota: el choqueteo es el acto típico en la champeta, consistente en una secuencia armónica de movimientos laterales consecutivos por el cual la mujer mueve sus caderas y golpea al varón cuando este se encuentra alineado a ella.

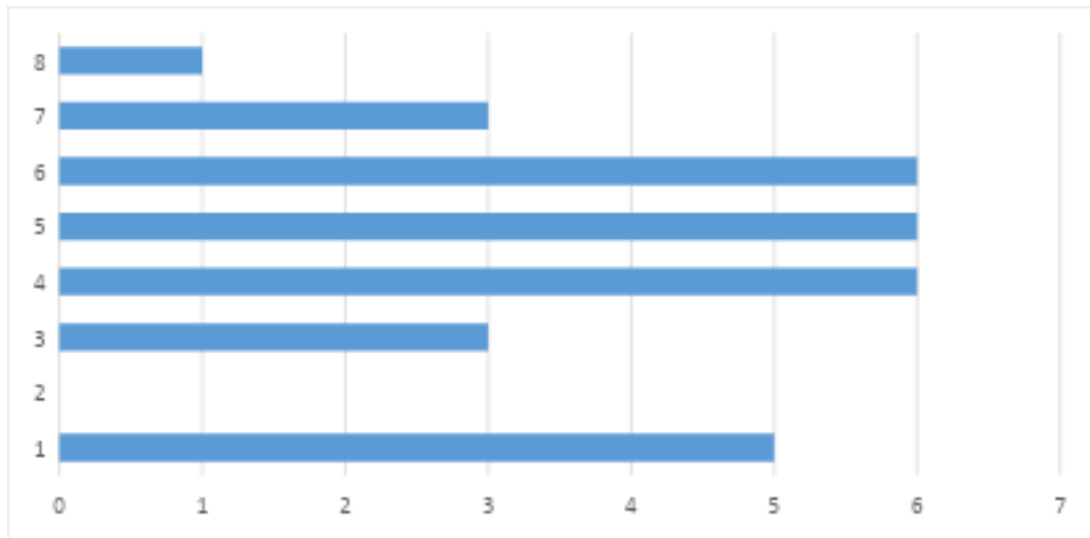
A través del análisis de las ocho canciones revisadas se ha podido identificar que, a rasgos generales, los productos de Kevin Flórez ($\Sigma = 16$ factores relacionados con el sexismo) mantienen una mayor carga machista que similares contenidos elaborados por Mr. Black ($\Sigma = 14$ factores relacionados con el sexismo). Esto es en base a la mayor repetición de factores de corte machista del primer autor mencionado, en el que se recalca que la canción *La cama* es una pieza elaborada por estos dos artistas (aunque se asumió a efectos prácticos como de Mr. Black por estar en su canal) y en la que se encontró una fuerte carga de misoginia.

Sumado a ello, es muy destacable que los videoclips más populares de Kevin Flórez fueron los de mayor carga sexista (*La invité a bailar / Con ella*) y los que tuvieron menos visualizaciones en Internet, los que presentaban menos factores sexistas (*Asómate a la ventana /*

La pikotera). Por el contrario, esta misma tendencia no sería tan nítida en la producción de Mr. Black al haberse encontrado música de champeta urbana que tuvo una gran aceptación en el público, aun con presencia constante de aspectos ligados a la distribución de roles sexuales tradicionales (*El serrucho*) y sin valores machistas (*El matrimonio*) (Figura 2).

Figura 2

Representación gráfica de factores sexistas por cada canción independiente



Fuente: Elaboración propia

Al enfocar la atención en qué factores sexistas se presentan con más frecuencia en las canciones de champeta urbana revisadas, de manera clara se puede afirmar que el segundo factor –situar a las mujeres en posiciones de subordinación o inferioridad, con menores capacidades o no aptas para asumir responsabilidades– es el aspecto sexista que más aparece en todas las canciones (menos en una canción de Mr. Black llamada *El matrimonio*). El siguiente factor más repetido sería el primero –frivolar o justificar, de cualquier manera, comportamientos o actitudes que impliquen alguna forma de violencia contra las mujeres–, característica que solo se encuentra ausente en dos canciones: *El Matrimonio* (Mr. Black) y *La pikotera* (Kevin Flórez). Finalmente, el quinto factor –utilizar a la mujer y su cuerpo reducido exclusivamente a un mero objeto sexual, pasivo y al servicio de la sexualidad y los deseos del hombre–, que es una visión estereotipada sexualmente y que aparece en cinco videoclips del total (dos canciones de Mr. Black y en tres materiales de Kevin Flórez).

Los factores sexistas del listado de la OIM que no se encuentran presentes en los videoclips estudiados (factores 4, 8, 9, 10 y 11) también aportan un reporte interesante a nivel sociocultural. Se muestra de este modo que los valores sexistas de la champeta urbana no se asocian tanto con la invisibilización del rol femenino ni a la infravaloración del trabajo de las

mujeres o su capacidad para el desarrollo profesional, sino asumir que las mujeres son un simple objeto sexual cuya función sería la de convertirse en una especie de premio para los hombres de éxito (por lo general el mismo artista de champeta) que han alcanzado situarse en un importante estatus social a través de la fama y el reconocimiento popular.

En definitiva, las canciones de champeta analizadas de manera global quedarían determinadas como elementos machistas por su alta carga sexista respecto al número de factores detectados en este estudio, con pocas diferencias cuantitativas entre los dos autores comparados. Es relevante incidir el hecho de que composiciones de gran relevancia en el género tales como *El Matrimonio* -sin presencia de elementos misóginos- han mantenido posiciones privilegiadas en base al número de visitas de la audiencia de la misma manera que canciones sexistas tales como *La invité a bailar* o *El serrucho*.

Por ello, con estos resultados, se identifica un posible cambio de tendencia en la champeta urbana, pues es plausible desarrollar este tipo de música sin plasmar una visión sexista del rol de las mujeres y recibir la aprobación del público.

Discusión de resultados y conclusiones

A partir de los resultados obtenidos, a nivel general y en un principio, se aceptaría la idea asumida de que las canciones más populares actualmente del género de la champeta urbana, se basan en valores sexistas al proyectar un modelo estereotipado de las mujeres basado en las siguientes características:

- Las mujeres como un objeto de deseo sexual, o propiedad, basada en un amor heterosexual con su pensamiento y conducta siempre subordinada al hombre, y por lo tanto, incapaz de valerse por sí misma.
- Las mujeres con unas características psicológicas asociadas indiscutiblemente al goce, al placer, al sexo y a la fiesta cuyos cánones físicos se ligan a la belleza basada en la juventud, la delgadez y a la voluptuosidad.

Estos datos son acordes a los encontrados por Gallucci (2008) en un estudio cualitativo de un género musical próximo a la champeta: el reguetón, así como el citado trabajo de López-Maestre (2021) a partir de dos canciones con alta popularidad. Mediante el análisis del discurso de varias canciones de reguetón se asume que ese tipo de música está conformado por letras sexistas, machistas que versan sobre el sexo y el desamor que se acompañan de mujeres-objeto denigradas y hombres poderosos, y además tienen un ritmo erótico e inductor de sensualismo morboso que permite explorar y mostrar explícitamente el cuerpo de las jóvenes. Por ende, esta música representaría a la mujer como una persona sensual, seductora, desinhibida, divertida e infiel (Gallucci, 2008), es decir, la mujer ideal para un romance apasionado de cualquier joven heterosexual. Para el caso del estudio de López-Maestre (2021), las dos canciones analizadas refuerzan estereotipos que justifican la violencia machista por Interdisciplinaria, 2025, 42(1)

celos, que minimizan la responsabilidad del agresor, así como la peligrosa idea del amor romántico y sufrido, que cosifica a las mujeres.

Lo mencionado se relaciona con lo dicho por Díez (2021), quien recalca que los géneros musicales de corte popular como el reguetón (o la champeta urbana) expresan en sus ritmos, canciones, videos y bailes elementos que estigmatizan a la mujer por su fuerte contenido sexual. La sexualidad que estos productos culturales promueven, transmite a la sociedad -y a los más jóvenes en particular- la errada idea de que las relaciones hombre-mujer son una mera forma de divertimento sin responsabilidades para los varones y sin consecuencias negativas para las mujeres.

Un reciente estudio de Balanta y Obispo (2022), que explora las representaciones sociales de los adolescentes sobre los roles de género en América Latina, prueba cómo persiste un sexismo estructural en la región. Los resultados de la anterior investigación dan cuenta de representaciones sociales sobre la identidad y los roles de género marcados por construcciones sexistas sobre la masculinidad y la feminidad, que no se alejan de los estereotipos que reproducen las canciones y los videoclips de la champeta analizados en este trabajo.

Cabe resaltar también la estigmatización existente en la sociedad de la Costa Caribe de Colombia con la champeta por ser esta un producto artístico de origen africano debido a la fuerte desigualdad social, segregación y estratificación de esta sociedad (Cabarcas, 2023; Giraldo y Vega, 2014). Se dan dos paradojas bien interesantes en este específico ambiente geográfico:

- La imagen machista proyectada sobre la mujer en la champeta urbana, reflejo de los barrios populares de las principales ciudades de la Costa Caribe colombiana (Cartagena de Indias, Barranquilla y Santa Marta), es rechazada por una parte importante de la gente de niveles socioeconómicos de clase media y alta, al no considerar la champeta como un arte valioso, al tildar esta música como inmoral e indecente (Gómez, 2020; Martínez, 2011; Muñoz, 2003), si bien esa élite económica colombiana comparte los mismos valores misóginos que infravaloran al papel de la mujer (Pérez y Riccardi, 2019).
- Muchas personas de ideología progresista y activistas activos contra el machismo de la Costa Caribe -muchas mujeres incluidas- son grandes aficionados/as a este tipo de música. Esto muestra la incongruencia de pensamiento y conducta que bien puede explicarse por el concepto psicológico de disonancia cognitiva (Ovejero, 1993).

Desde una perspectiva más positiva, en aras de no caer los autores del presente artículo en los anteriores prejuicios contra la champeta, se debe enfatizar que la existencia de videoclips de éxito de audiencia con ningún (*El matrimonio*) o un único elemento sexista (*La pikotera*) de dos artistas consagrados como lo son Mr. Black y Kevin Flórez, permiten ser optimistas de cara el futuro, respecto a la disminución progresiva de los valores machistas presentes en este tipo de música. Se demuestra así, de manera empírica, que para tener éxito en este campo artístico, no

es necesario presentar a las mujeres de manera estereotipada como se hace comúnmente en la champeta y en otros tipos de música popular colombiana como el vallenato (Rivas, 2016). Así entonces, los autores de este trabajo han observado cambios de tendencia en el entorno de la champeta, unas nuevas dinámicas en las que las mujeres –y en general las personas afrodescendientes– no solo son sujeto pasivo en la narración, sino que buscan consolidar un espacio en el cual poder reafirmarse (Cabarcas, 2023).

En definitiva, como conclusión de este estudio, se puede afirmar que las mujeres en la champeta urbana en la Costa Caribe de Colombia más popular y reciente se han presentado como una imagen sexista y, en particular, como una mera representación de la mujer-trofeo: un aspecto históricamente asociado al ámbito de la publicidad comercial (Chacón, 2008). Se trata de algo que tradicionalmente reflejaba desde sus orígenes la champeta (Muñoz, 2001, 2003), si bien se debe resaltar un hallazgo de este documento, ya que también se han encontrado canciones muy populares de champeta urbana que apenas reflejan esos estereotipos sexuales.

Finalmente, se indica el hecho de que hoy en día se perfilan nuevas artistas como narradoras del discurso *champetíu*. A pesar de la marcada presencia de machismo en la narrativa textual y audiovisual de la champeta urbana que se ha identificado en este estudio a rasgos generales, vale aclarar que estas nuevas artistas bien podrían consolidar unos cambios culturales significativos de valencia positiva. Si bien la participación de mujeres en espacios que históricamente han ocupado los hombres conlleva la posibilidad de que la realidad cambie, se requiere más trabajo. En espacios tradicionalmente masculinizados, como ciertas artes o deportes en los que empieza a aumentar la participación de mujeres, Sauleda et al. (2021) afirman que se necesitan esfuerzos adicionales para fortalecer el papel transformador de los medios de comunicación y el sistema educativo, junto a la voluntad para que más mujeres ocupen espacios técnicos y directivos.

Se espera entonces que, en el ámbito de la champeta, la participación de artistas femeninas se sume a los esfuerzos de erradicación de estereotipos de género en la publicidad, en los medios y se acompañe de esfuerzos en la educación para contribuir, realmente, a desterrar el sexismo en canciones y videoclips que se escuchan, se visualizan, se comparten en redes y se divulgan en una región que ha mostrado, históricamente, prácticas machistas muy arraigadas.

Como principales limitaciones del presente estudio -de corte exploratorio-, el equipo investigador es plenamente consciente de que sería pertinente el ampliar la muestra de composiciones musicales con otros estudios a los revisados e incluso realizar comparaciones con otros géneros musicales populares de Colombia como el vallenato (Cano, 2021). Por ello, este trabajo invita a profundizar en posteriores trabajos, las aproximaciones semióticas y discursivas dentro de las canciones de este género y de otros tipos de música popular colombiana.

Referencias

- Aldana, L. (2008). Policing culture: the *champeta* movement under the new Colombian Constitution. *International Journal of Cultural Policy*, 14(3), 265-280. <https://doi.org/10.1080/10286630802281848>
- Arteaga, J. (1994). *Música del Caribe*. Editorial Voluntad.
- Balanta, R. y Obispo, K. (2022). Representaciones sociales de la identidad y los roles de género en adolescentes de una escuela secundaria de México. *Interdisciplinaria, Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 39(2), 151-166. <https://doi.org/10.16888/interd.2022.39.2.10>
- Ballestín, B. y Fàbregues, S. (2018). *La práctica de la investigación cualitativa en ciencias sociales y de la educación*. Editorial UOC.
- Bjornberg, A. (1992). Music video and the semiotics of popular music. En R. Dalmonte y M. Baroni (Eds.), *Secondo Convegno Europeo di Analisi Musicale, I* (pp. 379-388). Trento. <https://es.scribd.com/document/556433833/Bjornberg-music-Video-and-Popular-Music>
- Cabarcas, M. J. (2023). The shortcomings of identity: Champeta, culture, and inequality in Cartagena, Colombia. *Dialect Anthropology*, 47, 33-43. <https://doi.org/10.1007/s10624-023-09688-7>
- Cano, M. (2021). Imaginarios sociales y conflictos en las expresiones de la música vallenata y la champeta en el Caribe colombiano. *Análisis. Revista Colombiana de Humanidades*, 53(99). <https://doi.org/10.15332/21459169.6803>
- Casado, C. M., Pita-Asan, M., Vélez-Zambrano, M., Cedeño-Mejía, R. y Ruiz-Villamar, J. (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. <https://doi.org/10.15198/seeci.2015.38.225-26>
- Chacón, P. D. (2008). La mujer como objeto sexual en la publicidad. *Comunicar*, 31(16), 403-409. <https://doi.org/10.3916/c31-2008-03-026>
- Contreras, N. R. (2003). Champeta / Terapia más que música y moda, folclor urbanizado del Caribe colombiano. *Huellas: Revista de la Universidad del Norte*, 67-68, 33-45. <https://manglar.uninorte.edu.co/calamari/handle/10738/3601#page=2>
- Díez, E. J. (2021). Valores y socialización educativa a través de la música reggaetonera. *Resonancias*, 25(48), 109-133. <https://doi.org/10.7764/res.2021.48.6>
- Domínguez, D., Beaulieu, A., Estalella, A., Gómez, E., Schnettler, B. y Read, R. (2007). Etnografía virtual. *Forum: Qualitative Social Research*, 8(3). <https://doi.org/10.17169/fqs-8.3.274>
- Gallucci, M. J. (2008). Análisis de la imagen de la mujer en el discurso del reggaetón. *Opción*, 24(55), 84-100. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/6426>

- García-Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la Modernidad*. Paidós.
- Giraldo, J. E. y Vega, J. (2014). Entre champeta y sonidos africanos: fronteras difusas y discusiones sobre “músicas negras” en el Caribe Colombiano. *Memorias. Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe colombiano*, 10(23), 128-152. <https://doi.org/10.14482/memor.23.6214>
- Gómez, N. (2020). Construcción de identidades champetúas en Champetú. *Revista de Estudos e Investigações Antropológicas*, 7(1). <https://periodicos.ufpe.br/revistas/index.php/reia/article/view/247349>
- González, J. y González, J. M. (2005). Estudio descriptivo de la sexualidad de personas mayores de 60 años en el Caribe colombiano. *Psicogente*, 8(13), 17-27. <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/psicogente/article/view/1546>
- Groner, C., Muñoz, E. y Angulo, V. (2016). *La percepción de la imagen de la mujer en los medios de comunicación social en Ecuador*. Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación (CORDICOM).
- Guarinos, V. (2012). Estereotipos y nuevos perfiles de mujer en la canción de consumo. De la romántica a la mujer fálica. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 7, 297-314. <https://doi.org/10.18002/cg.v0i7.915>
- Gutiérrez, E. J. (2000). *Fiestas: Once de Noviembre en Cartagena de Indias. Manifestaciones artísticas. Cultura popular 1910-1930*. Editorial Lealon.
- Illescas-Martínez, J. (2017). El contenido del videoclip dominante como reproductor cultural e ideológico. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(2), 85-104. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.2.6>
- Juárez, J. (2020). Los roles de género en la música infantil de la plataforma digital YouTube. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 25(1), 19-37. [https://doi.org/10.35742/rcci.2020.25\(1\).19-37](https://doi.org/10.35742/rcci.2020.25(1).19-37)
- Levitin, D. J. (2014). *El cerebro musical: seis canciones que explican la evolución humana*. RBA Libros.
- López-Maestre, M. (2021). Canciones, sexismo y violencia de género: un análisis crítico del discurso con perspectiva feminista. *Pragmalingüística*, 29, 280-304. <https://doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2021.i29.15>
- Martínez, L. G. (2011). La champeta: una forma de resistencia palenquera a las dinámicas de exclusión de las elites “blancas” de Cartagena y Barranquilla entre 1960 y 2000. *Boletín de Antropología*, 2(42), 150-174. <https://doi.org/10.17533/udea.boan.11229>
- Menéndez, M. I. (2017). Entre el neomachismo y el retrosexismo: antifeminismo contemporáneo en las industrias culturales. *Revista Prisma Social, N° Especial 2*, 1-30. <https://revistaprismasocial.es/article/view/1544>

- Moral, J. y Ramos, S. (2016). Machismo, victimización y perpetración en mujeres y hombres mexicanos. *Estudios sobre Culturas Contemporáneas*, 22(43), 37-66. <https://www.redalyc.org/pdf/316/31646035003.pdf>
- Muñoz, E. L. (2001). La Champeta la verdad del cuerpo. *Revista Palabra. Palabra que Obra*, 2(2), 43-59. <https://doi.org/10.32997/2346-2884-vol.2-num.2-2001-883>
- Muñoz, E. L. (2003). La música popular: bailes y estigmas sociales. La champeta, la verdad del cuerpo. *Huellas: Revista de la Universidad del Norte*, 67-68, 18-32. <https://manglar.uninorte.edu.co/calamari/handle/10738/3601#page=2>
- Navarrete, Z. (2015). ¿Otra vez la identidad?: Un concepto necesario pero imposible. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 20(65), 461-479. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-66662015000200007&script=sci_abstract
- Ovejero, A. (1993). Leon Festinger y la psicología social experimental: la teoría de la disonancia cognoscitiva 35 años después. *Psicothema*, 5(1), 185-199. <https://reunido.uniovi.es/index.php/PST/article/view/7155>
- Pardo, M. (2017). La champeta en el Caribe en Colombia. Valores en circulación de un fenómeno musical multifacético. *Encuentros*, 15(3), 98-110. <https://doi.org/10.15665/re.v15i3.1102>
- Pérez, A. y Riccardi, D. (2019). La mujer afrodescendiente frente al fascismo del apartheid social en Cartagena de Indias: ¿esperanzas para el cambio en un contexto de histórica discriminación? *Memorias. Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe colombiano*, 38, 162-185. <http://doi.org/10.14482/memor.38.986.112>
- Posada, M. y Utrera, L. (2020). El amor no duele: una mirada crítica a la representación de las mujeres en los argumentos de telenovelas latinoamericanas. *Cartema*, 8(8), 166-187. <https://doi.org/10.52583/cartema.v8i8.248832>
- Ramsdell, R. (2020). Language Retention through Music in Two Afrodescendant Communities of Latin America: Garífuna Punta Rock and Palenquero Champeta. *Journal of Latin American Cultural Studies*, 29(3), 445-459. <https://doi.org/10.1080/13569325.2020.1788521>
- Rivas, J. M. (2016). Discurso y tensión en la música popular. Un análisis crítico y de género de las canciones de Diomedes Díaz. *Encrucijadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 11, 1-23. <https://recyt.fecyt.es/index.php/encrucijadas/article/view/79019>
- Rocha, T. E. (2009). Desarrollo de la identidad de género desde una perspectiva psico-socio-cultural: un recorrido conceptual. *Interamerican Journal of Psychology*, 43(2), 250-259. https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S0034-96902009000200006&script=sci_abstract

- Roncallo, S. y Uribe, E. (2017). La estética de los videoclips: propuesta metodológica para la caracterización de los productos audiovisuales musicales. *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 12(1), 79-109. <https://doi.org/10.11144/javeriana.mavae12-1.evpm>
- Saewyc E. (2017) Una perspectiva global sobre los roles de género y la identidad. *Journal of Adolescent Health*, 61(4), 1-2. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2017.07.010>
- Sauleda, L., Gavilán, D. y Martínez, J. (2021). La brecha de género en el deporte: El caso de una marginación histórica y socialmente consentida. *Interdisciplinaria, Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 38(2), 73-86. <https://doi.org/10.16888/interd.2021.38.2.5>
- Vázquez-Miraz, P. (2017). *Violencia machista y menores: efectos en los niños a causa del tipo de educación parental recibida* [Tesis doctoral, Universidad de A Coruña, España].
- Vázquez-Miraz, P., Rentería, C., Martínez, M. J. y Zapata, K. (2020). Principales dificultades del alumnado universitario novel a la hora de elaborar un texto científico. *Tejuelo*, 32, 117-146. <https://doi.org/10.17398/1988-8430.32.117>

Recibido: 1 de diciembre de 2022

Aceptado: 24 de junio de 2023