



---

---

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN  
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES  
LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA**

**TESIS**

**La afición por el reggaetón en los jóvenes de las zonas periféricas de la  
Ciudad de México**

**Para obtener el título de  
Licenciada en Sociología**

**Presenta:**

**Lizeth Justo Roman**

**Asesor:**

**Dr. Manuel Ramírez Mercado**



**Ciudad Nezahualcóyotl, Estado de México 2021**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

<b>Índice</b>	
<b>Introducción</b> .....	4
<b>Capítulo 1. El diálogo estructura-sujeto en el proceso de afición</b> .....	7
<b>1.1 La afición desde la estructura</b> .....	7
<b>1.2 La Afición desde el sujeto</b> .....	18
<b>1.3 El gusto mediático</b> .....	23
<b>Capítulo 2. El proceso de afición</b> .....	25
<b>2.1 La iniciación</b> .....	29
<b>2.2 La habituación</b> .....	35
<b>2.3 La transmisión de la pasión</b> .....	41
<b>Capítulo 3. Entrevistas a profundidad de las personas aficionadas al reggaetón</b> ....	46
<b>3.1 Metodología y estrategia metodológica</b> .....	47
<b>3.2 El reggaetón en las personas aficionadas</b> .....	57
3.2.1 <i>Habitus y espacio social</i> .....	58
3.2.2 <i>Probabilidades objetivas</i> .....	65
3.2.3 <i>Esperanzas subjetivas</i> .....	69
3.2.4 <i>Necesidad cultural</i> .....	70
3.2.5 <i>Proceso de afición musical: mediaciones habitus y mediaciones pragmáticas</i> . 74	
3.2.6 <i>Reflexiones</i> .....	91
<b>Conclusiones</b> .....	94
<b>Lista de acrónimos</b> .....	99
<b>Anexo</b> .....	101
<b>Referencias</b> .....	106

Agradezco al programa UNAM-DGAPA-PAPIME PE301319 “Estrategias de enseñanza de la investigación social para mejorar el aprendizaje de metodología cualitativa”, del cual fui becaria de conclusión de estudios durante abril a junio de 2020

## Introducción

La presente tesis aborda la problemática de la afición por el reggaetón en los jóvenes de la periferia oriente de la Ciudad de México (CDMX) bajo el supuesto de que dicho fenómeno social da cuenta de un diálogo estructura-sujeto y no exclusivamente de la imposición musical por medio de un proceso estructural: que exista un género de música predominante, no es razón para que guste, no se les puede imponer porque hay capacidad de elección. La periferia<sup>1</sup> es un lugar físico, geográfico, cultural y social estigmatizado que sigue cargando con características como la pobreza, la barbarie, ausencia de oportunidades y educación<sup>2</sup>. Tiene una lógica urbana diferente, como el paisaje sonoro, del cual el reggaetón es uno de los protagonistas.

Algunos municipios de la periferia se han ganado el calificativo de ciudades dormitorio, porque una parte significativa de sus habitantes obreros solo llegan a dormir ahí. El transporte está fundamentalmente centrado en llegar a la ciudad porque en la periferia no hay muchas universidades de prestigio y públicas ni empleos que ofrezcan el mismo sueldo. Gira económicamente alrededor de la ciudad, se menosprecia a sí misma por apreciar al centro de la CDMX. Está integrada por los siguientes municipios: Nezahualcóyotl, Chimalhuacán, La Paz, Valle de Chalco, Ixtapaluca, Naucalpan y colonias que se encuentran cerca de los municipios antes mencionados como es la Agrícola Oriental de la alcaldía Iztacalco. La periferia de la que se habla en su mayoría está constituida por zonas que se ubican en el lado oriente.

Las personas entrevistadas pertenecen a Chimalhuacán, Valle de Chalco Solidaridad, Naucalpan, Xochimilco e Iztacalco, estos últimos dos lugares son alcaldías de la Ciudad de México, Xochimilco no puede denominarse periferia, pero

---

<sup>1</sup> La periferia es definida por Arteaga como “aquellas áreas residenciales calificadas negativamente por las condiciones de marginalidad y deficiencia, que fueron construidas durante la época de crecimiento de las décadas centrales del siglo XX” (2005, pág. 99). Para hablar de periferia, agrega Arteaga, se debe reafirmar su condición como fenómeno urbanístico consecuencia de un “proceso de construcción” que se entiende con relación a términos de distancia, dependencia y deficiencia con respecto a la ciudad (2005, pág. 101).

<sup>2</sup> Las zonas periféricas de la ciudad de México se caracterizan por tener elementos cuya diferenciación socio-territorial respecto a la Ciudad de México revelan condiciones de pobreza en cuestiones educativas, económicas, de salud, vivienda, transporte, además de contaminación ambiental y movilidad social (Aguilar, 2015; Moreno y Espejen, 2013, p. 85).

el entrevistado de Iztacalco pertenece a la colonia Agrícola Pantitlán que está en límites con Nezahualcóyotl, se encuentra en la periferia de la ciudad puesto que comparte las características anteriormente mencionadas. Como se explicará en el capítulo 3, ambos casos enriquecen la investigación por lo que se tomaron en cuenta para esta tesis.

Volviendo a la música, el *boom* del reggaetón en la periferia de la CDMX se dio aproximadamente a partir de los años 2000, su popularidad continua vigente en el presente año (2021). Las personas jóvenes han sostenido el éxito del reggaetón como escuchas y como sujetos aficionados a ella. Dicho sea de paso, definir juventud es complicado porque hay una diversidad de realidades sociales casi imposible de abarcar; es posible caracterizarlo por la flexibilidad en sus entornos sociales, aún no hay rigidez en sus trabajos o familia, suelen protestar ante situaciones ya establecidas donde ven una posibilidad de cambio, por eso se dice que son rebeldes. En cuanto a la edad biológica, el Instituto Mexicano de la Juventud define el rango de edad de los 12-29 años. Estos dos factores, la edad y lo social se tomaron en cuenta al buscar informantes para esta tesis.

En el capítulo 1 se desglosa las teorías que se utilizaron, el objetivo del capítulo es bordar la afición por el reggaetón como resultado de un diálogo entre la estructura que se entiende como habitus y los sujetos junto con sus decisiones culturales, haciendo una triangulación con Bourdieu y los teóricos de la afición. De este modo, la base teórica se asienta para dar lugar al desarrollo de la investigación, sustentando como es que para que el gusto mediático exista, es necesario la elección del sujeto de entre las opciones que da la estructura, los espacios sociales donde se desenvuelve.

En el capítulo 2 se hablará sobre el proceso de afición musical, las modalidades de escucha y productos de la afición. El objetivo fue conocer el proceso de afición, lo cual contribuyó a observar ampliamente el fenómeno: engendra prácticas como las modalidades de escucha que a su vez generan otras prácticas, dando cabida así a una red de acciones cuya razón principal es un gusto mediático subjetivo. Así mismo, ayudó a la realización de la parte de la investigación de campo, se requirió primero conocer el fenómeno para saber cómo investigarlo.

El capítulo 3 se divide en dos apartados, el primero es la metodología y estrategia metodológica usada, donde se aborda la entrevista a profundidad como técnica por parte de la metodología cualitativa, también se desglosa el instrumento utilizado. La segunda parte son los análisis de los datos obtenidos, que permiten responder a la pregunta y objetivo general de investigación. Ese capítulo se llevó con base al objetivo siguiente: interpretar la afición por el reggaetón en las personas informantes en contexto del diálogo estructura-sujeto. Al final se presentan las conclusiones, donde se presentan los resultados de la investigación, los objetivos alcanzados, la veracidad del supuesto y los hallazgos de investigación.

En todos capítulos mencionados se pretende dar respuesta a la pregunta general de investigación: ¿Cómo es el fenómeno de la afición en los jóvenes habitantes de zonas periféricas del oriente de la CDMX?, el objetivo general planteado es comprender esa afición musical. Esta tesis ayudará a generar una postura que colabore a observar científicamente la afición musical por el reggaetón, más allá de los estigmas y prejuicios. Asociar con desprecio el paisaje sonoro de las zonas periféricas automáticamente con el reggaetón significa una cosa, Byrne (2012) escribió que la música nos dice cosas sociales, culturales, subjetivas; el reggaetón en la periferia no está aislado de ello, por esa razón, se aborda la entrevista a profundidad, se requiere que sean las personas aficionadas quienes nos digan que cosas les significan. El reggaetón es una música nacida con jóvenes de la periferia de Puerto Rico. Aquí en México, entre la diversidad de sujetos que también la significan, están así mismo, jóvenes de la periferia.

## **Capítulo 1. El diálogo estructura-sujeto en el proceso de afición**

Esta investigación parte de la sociología de la música de Antoine Hennion y la sociología de la cultura de Nicolás Aliano, debido a que ambos siguen una misma dirección en cuanto a sus teorías, es posible nombrarlas por una sola y referirse a ambas como la *teoría de la afición*, con la cual es posible observar a profundidad el fenómeno desde la perspectiva imperante del sujeto, presenta las características, las circunstancias en que se da, cómo es la afición musical y cuáles son sus productos. Dicha teoría se triangula con la teoría del gusto como habitus de Pierre Bourdieu, que permite observar el gusto musical desde el habitus, es decir, desde la estructura, cómo nace, cómo se desarrolla y reproduce. La triangulación es importante para investigar desde una perspectiva más íntegra que si solo se retomase una de ambas teorías.

El objetivo de este capítulo es abordar la afición por el reggaetón como el resultado de un diálogo entre la estructura que se entiende como habitus y los sujetos junto con sus decisiones culturales. Antes de tocar de lleno las teorías y explicar la triangulación que permite convertirse en la base teórica, es importante integrar primeramente la mirada que estos teóricos tienen sobre la sociedad, sobre la cultura y finalmente sobre el gusto porque eso es la afición, además es la categoría teórica que los autores desarrollan en sus respectivas teorías y/o investigaciones. Durante el subcapítulo tres se hablará del gusto mediático, dando cuenta que dicho concepto alude a la triangulación que explica el diálogo estructura-sujeto dentro de la afición.

### **1.1 La afición desde la estructura**

Para Pierre Bourdieu (2007), las prácticas como el conocimiento son construidas por “el sistema de disposiciones estructuradas y estructurantes” (2007, p. 86), esas prácticas tienen fines aplicables, tangibles o en palabras de Bourdieu: prácticas. Sin embargo, hay que remontarnos primeramente a una de sus categorías



principales para comprender mejor el termino anteriormente mencionado. El habitus es definido como:

(...) sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente “reguladas” y “regulares” sin ser para nada el producto de la obediencia a determinadas reglas y por todo ello colectivamente orquestadas sin ser el producto de la obediencia a determinadas reglas (...). (2007, p. 86)

El habitus como principio organizador de prácticas y representaciones que al contrario de lo que se supondría, no es resultado de obediencia hacia alguien o algo, aunque sí se llevadas a cabo sin que alguien, particularmente, lo mande. Desprenderse de él es muy poco probable, hasta imposible. En cuanto a las prácticas, se gestan en un ambiente social, cualquiera que sea, debido a que en este existe un contexto que dicta códigos, significados, modos de hacer y tipificar el entorno. Como puede observarse, el habitus da cuenta de la estructura, de un sistema dentro del cual también está implícito el gusto.

Existen dos tipos de habitus: individuales y colectivos, que diferentes en los muchos entornos sociales, por ejemplo, en las familias, en el círculo de amigos, en la escuela. Por el lado de las prácticas, son igualmente diferentes al ejecutarse en el trabajo, en el transporte público, en el medio digital, en la periferia, en la ciudad, aunque tienen sus raíces en el habitus, quien las regula. El fenómeno de la afición por el reggaetón se gesta y desarrolla dentro de esos entornos sociales, la influencia del habitus hacia él es un punto importante porque probablemente este haga que cada persona aficionada sea distinta para con su afición. En la actualidad y en contextos de la pandemia de COVID-19, la afición puede verse afectada por los entornos digitales como las plataformas de redes sociales o para escuchar música, porque ahí también están tanto el habitus como el capital.

El capital es, en palabras de Bourdieu, “trabajo acumulado” en forma de materia, interiorizada o incorporada, puede ser “trabajo cosificado” o “trabajo vivo” (2000, p.

131). Puede acumularse, producir beneficios, crecer y reproducirse así mismo. Se hablará a continuación del capital cultural, económico y simbólico. Este último refiere a la significación de personas, títulos o apellidos que se trasfiere a: sus bienes materiales, acciones, prácticas. Para el autor, es “uno de los mecanismos que hacen (sin duda universalmente) que el capital vaya al capital” (2000, p.190). Está mezclado con el capital económico, el renombre, dice el autor, es una garantía económica, provee acumulación en caso de que el capital económico no se reconozca. Lo cual completa la explicación de por qué las personas jóvenes aficionadas al reggaetón son en repetidas ocasiones asociadas a un estigma económicamente negativo, de mal gusto y absolutamente sin renombre. Uno de los efectos provocados por esa situación es que pese a ser una persona aficionada, lo nieguen con razón de ese estigma que minimiza su capital simbólico y económico.

En cuanto al capital económico, refiere a las propiedades de una persona que pueden convertirse automáticamente en dinero. Finalmente, el capital cultural, que, para explicarlo, Bourdieu (2000) lo divide en tres estados, parafraseándolos, el estado objetivado consiste en objetos educativos para los agentes, el estado incorporado son las formas de actuar, percibir y el gusto (el cual concierne a esta tesis). Por último, el estado institucionalizado, donde las instituciones educativas otorgan certificados, constancias, diplomas para reconocer los conocimientos de una persona.

Durante el capítulo 3, podrá notarse cómo, los sujetos entrevistados describen un estigma hacia quienes escuchan reggaetón por las siguientes razones: lo han escuchado en sus entornos sociales, lo han comprobado con algunas personas que justamente encarnan en una o varias maneras dicho estigma y/o lo creían anteriormente. El habitus lleva consigo objetos arraigados a instituciones y es por esa razón que cuando un conjunto de acciones, representaciones e insuficiente acumulación de capital, como el estigma hacia quienes escuchan reggaetón, es considerada como incorrecta, mala o, en palabras del autor, arbitraria, el sistema lo regula naturalmente. De ello que el habitus esté calculado para ciertos fines, cuando una acción que no pertenece al sistema de habitus ni al ambiente social, se presenta dentro de este, es regulado: contrarrestado, castigado, reprimido,

prohibido, reprendido; porque no pertenece ahí, aunque siempre existe la posibilidad de un cambio en las prácticas sociales. Cuando un género de música nuevo, para los sujetos habitantes, se introduce en los barrios de la periferia, como la música académica, el jazz o la música tradicional, el sistema regula el comportamiento de escuchar dichos géneros, aunque no los prohíbe, es probable que los demás sujetos se burlen, rechacen o les parezca bochornoso el hecho de escuchar esos géneros musicales en lugar de pop, banda, reggaetón o bien la música a la que están *acostumbrados*. Así mismo, es probable que algunos sujetos acepten esa música. Los últimos géneros musicales mencionados actualmente forman parte de la música popular en México.

Los sujetos del mundo práctico tienen probabilidades objetivas y esperanzas subjetivas (Bourdieu, 2007, p. 88). Las primeras están construidas científicamente, dan cuenta de las posibilidades tangibles: bienes a obtener, movilidad social, educación, trabajo; mientras que las esperanzas subjetivas son las necesidades y motivaciones. Según Bourdieu, tanto las probabilidades como las esperanzas corresponden entre sí, encajan debidamente, son compatibles con el ambiente social de los sujetos.

La música es parte de ello, que hay géneros musicales que suelen ser más escuchados en algunos lugares que en otros pues los sujetos se ven inmersos dentro de esas posibilidades tangibles, ¿qué tan posible es escuchar canto cardenche en el transporte público de las zonas periféricas de la ciudad? Probablemente algunos habitantes no conocen ese género pues dentro de su cotidianidad no es usual escucharlo. Es así como se llega a otro punto clave del habitus, el hecho de que origina prácticas individuales, colectivas, historia, pensamientos, expresiones, percepciones, todo esto está delimitado por condiciones históricas y sociales (2007, p. 90). Puede que el hecho de escuchar cierto tipo de música pase desapercibido a la hora de señalar las condiciones históricas y sociales, sin embargo, la música nace precisamente de ahí, es una expresión naciente suya, no es posible aislarla de dichas condiciones. Cuando en una zona geográfica se prefiere un género musical en realidad revela los usos que

le dan, los significados, las formas de escuchar, los gustos que son parte de la estructura en que viven.

Para hablar a fondo de los gustos, Bourdieu, en su libro *La distinción, criterio y bases sociales del gusto* habla del gusto como un habitus, es importante señalar cómo destaca que dicha categoría puede usarse como un diferenciador social. A continuación, se presenta su definición de gusto:

El gusto es el principio de todo lo que se tiene, personas y cosas, y de todo lo que se es para los otros, de aquello por lo que uno se clasifica y por lo que le clasifican. Los gustos (esto es, las preferencias manifestadas) son la afirmación práctica de una diferencia inevitable. (...) los gustos son, ante todo, disgustos, hechos horrorosos o que producen una intolerancia visceral ("es como para vomitar") para los otros gustos, los gustos de los otros. De gustos y colores no se discute: no porque todos los gustos estén en la naturaleza, sino porque cada gusto se siente fundado por naturaleza -y casi lo está, al ser habitus-, lo que equivale a arrojar a los otros en el escándalo de lo "antinatural". (1998, p. 53)

La afición por el reggaetón es consecuencia de un habitus colectivo toda vez que estamos hablando de un gusto musical que es elegido con influencia de la estructura, del principio de conformidad y el sistema de necesidades de los sujetos que habitan en la periferia de la zona oriente de la Ciudad de México. En cuanto al reggaetón, Bourdieu, en *Elementos para una teoría sociológica de la percepción artística* (1971), deja claro que la obra artística existe solo sí es percibida y descifrada por los sujetos, en este caso, la música reggaetón es la obra artística, porque además la percepción de las aficionadas y aficionados sobre ella es, como dice el autor, satisfactoria para estos sujetos por causa de su habitus, se apropian de ella, le asignan un valor; lo más importante, tienen los medios necesarios para realizar todo lo anterior, para apreciar esta música, esos medios ya fueron dados por el habitus:

(...) sobreentendido que no pueden atribuirles un valor sino porque disponen de los medios de apropiárselas. Por consiguiente, la necesidad de apropiarse de los bienes que, como los bienes culturales, existen como tales para quien ha recibido de su medio familiar y de la escuela los medios de apropiárselos, solo puede aparecer en

aquellos que pueden satisfacerla y puede satisfacerse apenas aparece. (Bourdieu, 1971, p. 61)

De esta forma es posible comprender que los sujetos al apropiarse del reggaetón están saciando lo que el autor denomina “necesidad cultural”, al hacerlo, refuerza los medios de apropiación dados al sujeto, su habitus colectivo es reforzado. La satisfacción que encuentran en esta música se explica mediante la “percepción repetida” de esta y además del entrenamiento auditivo con influencias muy marcadas de la música africana cuya naturaleza rítmica-melódica (o si se quiere, carnal), está más presente en las músicas “fáciles de digerir” que no exigen de sus oyentes las tareas de rescatar el contexto histórico-político-social-cultural de la obra, del autor, comprender los elementos, la combinación de figuras musicales para poder sentirla, comprenderla y apreciar la pieza musical.

No se aprehende como tal a escuchar reggaetón ni se enseña, se acostumbra a escuchar reggaetón: en la periferia de la zona oriente de la CDMX, esta música se manifiesta diariamente en las casas, en anuncios de redes sociales, en el transporte público, en las motos de los jóvenes o adultos jóvenes, en la escuela con amigos/amigas, en fiestas, cuando un nuevo local abre en el barrio, con el vecino a todo lo que da su bocina, en bares, en videos de redes sociales como YouTube, Spotify, TikTok, por mencionar algunas. La costumbre, la educación auditiva, el entrenamiento auditivo mencionado en el párrafo anterior, que se recibe es esta. Es lo que le es familiar escuchar, así se aprehende a escuchar, a apreciar, a volverse aficionado/aficionada al reggaetón; o en palabras de Bourdieu, “La percepción repetida de obras de cierto estilo, favorece la interiorización inconsciente de las reglas que gobiernan la producción de esas obras” (1971, p. 61). Precisamente esas reglas incluyen los modos de escuchar reggaetón, cómo, cuándo y para qué.

Así que al momento de elegir una preferencia musical se manifiesta la estructura en que han nacido y crecido, la percepción repetida de un entorno social específico que dicta pautas de preferencias, de gustos, de tomas de posesión de espacios sociales y que sirve como un criterio de clasificación. Por eso, cuando se habla de las personas jóvenes de la periferia en cuanto a su afición por el reggaetón, la cual

se trata de un gusto mediático, existen estigmas que llevan a la discriminación de las personas aficionadas a reggaetón y al reggaetón mismo. Para abordarlo es necesario hablar de lleno del reggaetón.

Urdaneta (2007), Penagos (2012, p. 3-5), Borja (2008, p. 1), Negrón y Rivera (2009, p. 29-30) concuerdan en que el reggaetón nació en Puerto Rico y es producto de un intercambio cultural con otros países como Panamá durante los años 80's-90's del siglo XX. Resulta de la combinación de rap, hip-hop, salsa y reggae jamaicano, por lo tanto, su ritmo y letra son repetitivos, pegadizos y ambos incitan a la sensualidad en su baile conocido como perreo.

Las letras que usan tienen un exceso de rimas para lograr quedarse en las mentes de quienes lo escuchan, no cuidan la gramática o fonética, está lleno de modismos populares. Generalmente, el reggaetón atrae al público juvenil y a los adolescentes. Está hecha con equipos electrónicos como programas en computadora que editan las voces y agregan efectos de sonido, aunque el emergente reggaetón-pop han comenzado a utilizar instrumentos musicales con melodías fáciles. Cabe destacar que en sus inicios cuando se conocía como *underground*, sus letras hablaban de protestas sociales como contra la violencia, pero a medida que se fue popularizando sus letras se volvieron más comerciales y actualmente es casi monotemático: habla de sexo. Por esta última razón ha recibido fuertes críticas y denuncias de sexismo, así como promover violencia de género y perreo, un baile sensual que imita el coito de los perros y que no es aceptable por los sectores más conservadores. Este género musical fue creado por jóvenes y adolescentes de barrios pobres de Puerto Rico a finales de la década de 1990, combinando el ritmo, acento, forma de hablar, melodías de la música puertorriqueña con el hip-hop, rap, reggae y salsa con un toque de letras y ritmos que incitan la sensualidad o bien, el movimiento corporal. Esta música sirvió como una válvula de escape, un espacio de tranquilidad, relajación, desahogo ante la violencia que vivían. Uno de los pioneros del reggaetón, Tego Calderón en su disco "El abayarde" describe violencia, pobreza, desesperanza ante la nada prometedora situación política y social, justo en el 2003, año de lanzamiento de ese álbum, Puerto Rico enfrentaba situaciones de violencia nunca antes vista que se llevó a la

par con el cada vez más fuerte éxito del reggaetón, música que se asociaba con las personas de piel más oscura y pobre del país, así mismo se les acusaba de depravación sexual, uso de drogas, se les relacionaba con violencia o delincuencia.

A pesar de la persecución que personas de clase media, alta y el sector gubernamental realizó para prohibir o bien regular esta música a la que le atribuía ser la causante de la ola de violencia del país, se convirtió en un éxito mundial. El primer paso para ello fueron las elecciones del 2003 en Puerto Rico, donde para ganarse al sector juvenil y personas de clases bajas, los candidatos solían bailar reggaetón para sus campañas (Negrón y Rivera, 2009). Después, el reggaetón rebasó las fronteras del país, llegando a países cercanos, uno de ellos México, donde la cantante Paulina Rubio en el año 2007 “expresó que su sencillo era un tributo a puerto Rico ya que “está claro que el reggaetón es de ustedes”” (Negrón y Rivera, 2009, p. 33). A partir de ahí terminó la guerra contra el Reggaetón y llegó a su auge, actualmente no solo lo escuchan personas de clases bajas sino también de las clases altas y medias.

Martínez (2014) y Penagos (2012) abordan la polémica que muestra el reggaetón en cuanto a la violencia, sexualización de las mujeres, machismo, léxico popular y las repercusiones que tiene en sus escuchas más jóvenes. Ciertamente, el reggaetón es polémico por su contenido de letra, videos, efectos de sonido y baile, conocido como perreo. Si alguien califica como puramente carnal esta música no se equivoca, porque es música de baile, por serlo se gana críticas de personas moralistas y puristas. Brewster y Broughton (2014) acuñan el término “música de baile” para referirse a todas las músicas que se disfrutan, escuchan, consumen, bailando. El problema surge cuando esta, por su carácterailable o carnal, es minimizada, no se toma en serio, es razón de burla, no es música porque no se consume cerebral ni intelectualmente como debería ser desde la mirada eurocentrista de las academias y conservatorios de música.

El comportamiento del público al escuchar un tipo de música da testimonio de lo que simboliza, de su carácter, hasta de su nivel de seriedad. Byrne (2012) señala cómo el comportamiento del público cambia en la música académica para mostrar

el estatus, la seriedad, la intelectualidad de esta, mostrando cómo dicha música era presentada en bares o en grandes cenas con personas muy ruidosas que la bailaban, tomaban, eructaban y gritaban durante todo el evento, fue durante el siglo XIX que eso comenzó a cambiar, las presentaciones musicales se hacían ahora en lugares silenciosos, el público simplemente debía sentarse a escuchar en completo silencio, aplaudiendo solo en los instantes que debía aplaudirse, sin comer, hablar y mucho menos bailar, porque música que se bailaba, música que no era seria, que revelaba un aspecto vulgar y no educado. De ahí, del público europeo de la música académica, viene ese prejuicio hacia las músicas de baile.

Aunado a ello, el reggaetón como parte de las músicas plebeyas, carga con argumentos que lo acusan de grotesco, propio de personas pobres, maleducadas. Yúdice, menciona que: “Por “plebeyas” me refiero a prácticas culturales de las clases de bajos ingresos y/o grupos racializados o subordinados que no se han domesticado al negociar su entrada en las esferas mediáticas nacionales o globales” (2017, p. 61). Con “domesticación” refiere a los cambios que deben hacer dichas músicas ajustándose al régimen de lo aceptable, en palabras de Yúdice lo *patrimonializable*, *folklorizable*; las músicas plebeyas, si quieren ser aceptadas como música (o como arte) por sectores “refinados”, “cultos”, que no son soeces, campiranos, ridículos o de clases medias y altas de la sociedad, deben pasar por un proceso para ajustarse a los estándares musicales hegemónicos, deben dejar de ser soeces.

Por otro lado, es importante recordar el principio de rechazo entre gustos que establece Bourdieu, se repelen entre sí. En cuanto a los estándares a los que debe ajustarse la música para ser aceptada como tal, para ser *patrimonializada* o catalogada como arte, sí se debe señalar que hay entonces un gusto dominante, así como hay un gusto dominado.

Volviendo al proceso, las clases altas que en un principio discriminan dichas músicas inclusive negando su condición musical señalando que “no es música”, son las primeras en cambiar su discurso al ver que las músicas plebeyas ganan fama, lo cual atrae rápidamente disqueras, instituciones de derechos de autor,



*patrimonialización* cultural (siguiendo a Yúdice) e industrias musicales que con el afán de lucrar con las que inicialmente eran “no-músicas”, las moldean al gusto elitista-blanco: las emblanquecen para presentarlas nuevamente ante esas clases que las habían discriminado inicialmente y que después del proceso de emblanquecimiento, las aceptan e inclusive promueven porque se apropian de esas músicas, porque el hecho de que ellos las escuchen, representa cultura, tolerancia, erudición. Simultáneamente, miran con desagrado, con desaprobación, a las personas pertenecientes a clases bajas o racializadas que escuchan esas mismas músicas (que, aunque son suyas, ya no les pertenecen), porque el hecho de que sean ellos los no blancos, los de clases bajas y desiguales quienes lo escuchen, representa su condición desigual o bien, estigmatizada, burlesca, ridícula o inmoral.

El reggaetón como música plebeya, se haya en ese proceso de emblanquecimiento, pues nació en los barrios pobres de Puerto Rico, su baile llamado perreo sigue siendo criticado, pero a medida que se va moldeando al gusto elitista-blanco o bien, al gusto comercial, comienza a ser más aceptado entre las clases sociales que antes lo discriminaban. Esto se verá claramente en la tabla 1 del siguiente capítulo.

Otra propiedad importante del habitus es la que tiene respecto al gusto ya que provoca que nos guste lo que nos infunde que nos debe gustar; con quien relacionarnos; lo que vemos en nuestro ambiente; cuál es nuestro espacio social y de cuál podemos o no tomar posesión (esto se observa en los modos de escuchar música, como se verá más adelante, la música conforma nuestro espacio personal y social); un conjunto de características que nos distinguen (Bourdieu, 1997, p. 19), por eso el gusto es un signo que distingue a las personas, a las clases (1998, p. 174), para Bourdieu es posible clasificar a las personas por sus gustos que a su vez dan testimonio de su habitus.

El gusto se apoya, según Bourdieu, en el habitus como estructura, también se desprende de él, el “sistema de necesidades” (1998, p. 382) y el “principio de conformidad” (1998, p. 388) el cual conforma el gusto popular, puede vérselo representada en la expresión “eso no es para gente como nosotros”, debemos

entonces conformarnos, la música es asignada por la estructura, cabe dentro del sistema de necesidades, una persona en la periferia de la Ciudad de México (CDMX) habita en un lugar específico donde hay géneros musicales más escuchados que otros, donde hay músicas que ni siquiera se conocen porque no se necesitan, no caben dentro del sistema de necesidades y se aplica el principio de conformidad toda vez que es posible saber de la existencia de ciertas músicas pensando que no les pertenecen, no las han interiorizado, en su entorno cotidiano inmediato tampoco las necesitan pues de ser así, las integrarían a su cotidianidad, por ende, a su gusto musical.

El reggaetón, hay que aclararlo nuevamente, no es escuchado por cierta clase social en específico, ni escucharlo y que guste significa que pertenecemos a una clase social. Es por esta razón que el concepto de gusto tal y como lo establece Bourdieu, no es suficiente para estudiar la afición por el reggaetón, si bien da cuenta de la estructura como habitus y una forma en que nace el gusto, no es la intención etiquetar a los sujetos aficionados al reggaetón, sino estudiar la afición precisamente para romper con esas etiquetas que se han convertido en estigmas. Pero el concepto de habitus aporta una comprensión amplia sobre dicho gusto, toda vez que es una mediación que lo hace posible en conjunto con el capital simbólico y cultural, pues revelan las raíces de una afición musical, por qué significan a una persona cuya familia comparte la misma música, cómo la ha compartido, cómo el sujeto se apropia de ella modificando, des-aprendiendo, creando, renovando sus prácticas, gustos, disposiciones (parte de su habitus) que evidentemente se le inculcaron en el seno familiar, a su vez, cómo este sujeto transmite su pasión haciendo nacer su gusto musical en otra persona, con quien utilizara dicho habitus, capital cultural y simbólico para lograr su cometido. De esta forma, aunque la otra persona nunca en su familia, dentro de su capital cultural y simbólico, se haya incluido el reggaetón, ahora se vuelve aficionada.

## 1.2 La Afición desde el sujeto

La triangulación de la teoría del habitus y gusto de Bourdieu con la teoría de la afición de Hennion y Nicolás Aliano, permiten observar desde la perspectiva del sujeto su propia afición. Ya se integró la primera mirada: cómo nace el gusto a partir del ambiente social en que habitan los sujetos, ahora se hablará de cómo estos debido a las mediaciones, cultivan un gusto pasando por un proceso hasta convertirse en aficionados o aficionadas. Es esa mirada quien da cuenta de las múltiples situaciones que influyen en que alguien decida cultivar un gusto, las prácticas que viven en el proceso.

La sociología de la música de Hennion se ha denominado también sociología de las mediaciones: tomar en cuenta los objetos que se codifican como arte, como música para los sujetos para hacer una interpretación científica desde las ciencias sociales requiere mediaciones. Por lo tanto, la mediación sociológica permite asignar “a mecanismos sociales subterráneos, lo que los actores atribuyen al objeto” (2002, p.15); en otras palabras, la música no existe si los sujetos no hacen que exista, no es lo que las instituciones estructurales digan que es la música, por eso menciona que la música es alérgica al discurso crítico.

Ahí se encuentra el entendimiento del aspecto social de la música (o bien de la sociología de la música): “su función, grupos sociales que la producen y escuchan, el gusto” (2002, p. 124). Se debe agregar que dentro del gusto se encuentra la subjetividad, pues no puede existir o darse sin lo subjetivo. Puede asomarse ahí la visión pragmática del autor, así como el enfoque para entender ambas categorías, las postula privilegiando la versión del sujeto, pero sin hacer a un lado el carácter social que implica, entonces puede decirse que el gusto cargado de subjetividad se gesta social e individualmente.

Es por lo que Hennion define la afición como un proceso individual y social que es un gusto “mediático” no reducible a codificaciones sociales: clase y posición socioeconómica (2010, p. 26). Lo mediático se refiere a “los medios mismos que nos damos para captar el objeto (el disco, el canto, el baile o la práctica colectiva) forman parte de los efectos que éste puede producir” (Hennion, 2010, p. 27).

Precisamente estos medios son los que van a variar según el aficionado y el proceso reflexivo que implica para convertirse en ello. Se requieren mediaciones para percibir la música, también para llegar al efecto que esta provoca en sus escuchas. Este teórico llega a dicha conclusión después de estudiar la afición por la ópera en Francia. Por eso afirma que la música es una teoría de las mediaciones (no viceversa); es la música quien ha buscado medios para vincularse con el contexto social, con los sujetos, dando como resultado efectos (fenómenos sociales).

Nicolás Aliano retoma su teoría para estudiar la afición por el rock en Argentina (razón por la cual, enriquece esta investigación, porque estamos hablando de música popular en Latinoamérica, de donde forma parte el reggaetón y donde es más cercana la realidad social de México) y al hacer sus respectivas investigaciones, se encuentra con que la afición también es un proceso dividido en tres fases: iniciación, habituación y transmisión de la pasión (se abordarán en el capítulo dos). De esta forma es que puede afirmarse con más seguridad que la afición es un proceso individual y social, Aliano lo dice explícitamente al hacer su análisis sobre la afición enfocándose en esta como una búsqueda de uno mismo y las “situaciones sociales de escucha”, en otras palabras, la escucha musical es individual y social, lo que implica es modoso de escuchar diferentes, con fines, significados, momentos e inclusive espacios determinados. El aspecto estructural bien puede reflejarse en lo social e individual como se vio en el subcapítulo 2.1, es importante considerarlo como un tercer factor para la problemática que esta investigación se está planteando.

Para Aliano, los sujetos realizan “elecciones culturales” que se sostienen en sociabilidad con los otros sujetos parte del entramado social. De esta manera, los sujetos que ejercen prácticas culturales (consumo cultural, gusto, afición), son practicantes culturales y refieren a mundos culturales específicos según su contexto, experiencia, acciones. Como puede observarse, él haya un punto de encuentro entre la teoría del habitus y el gusto mediático de Hennion, porque habla de elecciones culturales, que bien pueden tomarse como decisiones que todo sujeto social puede ejercer durante su vida. Esa es la perspectiva que se necesita

en esta investigación, porque al observar el habitus (que integra medios ya dados) y al gusto mediático en triangulación, se observa a los sujetos como entes conscientes capaces de decidir, aunque influidos por la estructura, pero siempre en su condición de sujetos y no de objetos ya determinados o programados para ciertas acciones.

Aliano y Hennion tienen las mediaciones como una categoría relevante en su quehacer sociológico, comparten la misma epistemología (pragmático-humanista) y trabajan las vinculaciones entre un sujeto y su música, trabajando de esa forma en una nueva teoría: la afición. Conciernen en que la perspectiva de Bourdieu, la Escuela de Frankfurt y, en sus términos, demás criticismo o distinción cultural, no son las más adecuadas para investigar temáticas como la afición musical. No porque no tengan nada que decir, sino porque no visibilizan lo que el pragmatismo humanista sí: la visión epistémica, teórica y metodológica se posa sobre los sujetos, sus subjetividades, las mediaciones que hacen posible una vinculación o afiliación hacia un objeto cultural.

La afición puede estudiarse desde una dinámica estructura-sujeto ayudándose de las mediaciones, dentro de las cuales, el habitus como estructura, es una mediación, en términos de Hennion. Si hay diferencias entre los teóricos de la afición, se encuentran en su formación científica y desde su realidad, pese a la cual Aliano decide trabajar un mismo fenómeno social (hablando en contextos de sus teorías sobre la afición). Nicolás Aliano observa desde la sociología de la cultura en Argentina mientras Hennion lo hace con la sociología de la música en Francia. Al decidir retomar a Antoine Hennion, Nicolás Aliano (2017) aclara el hecho de que la sociología en Latinoamérica no debe ser medida con estándares europeos toda vez que puede y debe buscar su propio camino para el quehacer científico; no tirando a la basura las teorías europeas, sino reivindicando la diferencia contextual que no puede ignorar el hecho de tener necesidades, construcciones, subjetividades, significaciones diferentes en los fenómenos sociales, en los sujetos, porque son otros y otras.

Ambas teorías permiten para esta investigación, observar que existe la afición por la música estudiada por dos perspectivas teóricas similares que son aplicables a los objetivos y preguntas planteadas en el diseño de investigación; en especial porque se tratará con sujetos cuya nacionalidad es mexicana, los aportes de Aliano son enriquecedores en dicha medida, no solo porque su trabajo se hizo en un país de América latina, también porque trató la afición por músicas populares (Hennion se ocupó de la afición por la ópera y músicas académicas). El reggaetón es parte de esas músicas populares de América Latina.

Como ya se mencionó, Hennion señala que se requieren mediaciones para percibir la música, también para llegar al efecto que esta provoca en sus escuchas. Sin embargo, este concepto debe comprenderse en el sentido pragmático, el cual consiste en saber que, como mencionan Boix y Sedán, “no resuelve nada de antemano: es una pregunta que se lanza cada vez a las músicas reales, particulares y concretas: (...) ¿qué hacen?, ¿qué hacen hacer?” (2017, p.3). Por lo tanto, las mediaciones no solo actúan como intermediario en la relación sujeto aficionado-música, también provocan “algo” en los aficionados (subjetividades, prácticas).

Para trabajar sobre la afición, Hennion sugiere poner especial atención en las mediaciones, las cuales redefinen su proceso de afición. Esas mediaciones incluyen objetos, sujetos, relaciones entre sujetos, todos y cada uno de los recursos que se ven inmersos dentro de la afición. Pueden ser difíciles de identificar, Hennion sugiere observar lo siguiente para identificarlas:

(...) prestar una atención especial a los gestos, a los objetos, a los medios, a los dispositivos, a las relaciones incluidas en un juego o una escucha que no se limitan a la realización de un gusto «que ya estaba ahí», sino que se redefinen en el proceso de la acción para ofrecer un resultado en parte incierto”. (2010, p. 26)

En la anterior cita puede observarse que el autor se refiere al gusto como algo que no aparece simplemente, sin precedentes. Por eso lo llama gusto mediático, conlleva a pensar siempre en las mediaciones. En este sentido, la música misma es definida como “(...) objeto huidizo, hecho de mediaciones, que requiere siempre

ser restituído a través de la performance del intérprete y la actividad del aficionado” (Hennion, 2017, p. 2). Si no se socializa, no existe: requiere de mediaciones para realizarse como para ser percibida. Por lo tanto, a la música la hacen, la significan, producen y reproducen los aficionados y los intérpretes, ya sea conjuntamente o no; no es lo que los músicos profesionales o críticos de arte digan que es lo que hace, es lo que es y que hace en los aficionados.

Carballo en su reflexión sobre el papel del reggaetón en la conformación de la identidad masculina, menciona que la música puede ser analizada como “una expresión social y cultural que refleja las formas de ver el mundo y de entenderse a sí mismo” (2006, p. 87). La música, dice Carballo, habla de inquietudes personales y colectivas, por eso se refiere a ella como una expresión social. Es importante observar cómo las personas aficionadas logran entenderse, encontrarse, manifestarse por medio del reggaetón. Se debe señalar que no es posible mirar al reggaetón ni a la afición que genera sin caer en cuenta que son resultado de un proceso social y cultural dentro de la sociedad, esta misma los ha generado, así como genera la reacción de rechazo, vergüenza, estigmatización y marginación hacia estos. Pese a ello resisten, ni el reggaetón ni sus aficionadas/aficionados de las periferias se han callado.

Debido a lo anterior, la música se referirá a un producto sociocultural: una construcción social de una realidad que se comparte entre el artista (músico) y sus escuchas por medio de la comunicación, puesto que transmite ideas, pensamientos y sentimientos (Penagos 2012). Como tal es un producto artístico subjetivo, puede (por medio de una parte de ella como estrofa, ritmo, melodía o letra) iniciar a un sujeto a la afición (Aliano, 2018). Ella está presente en nuestra cotidianidad. Yúdice (2007, p. 19) escribe que la música es parte de la vida de los sujetos sociales, gracias a los efectos socioafectivos que funcionan como vínculos entre sonoridad y sentido otorgado, provoca “algo” en los escuchas, los “hace hacer” (lo que se traduce en mediaciones). En los sujetos puede hacer olvidar o recordar momentos vividos; estimula la realización de actividades como ejercicio, leer, limpiar, dormir; provoca alcanzar o suprimir estados de ánimo; es usada para suprimir el ruido exterior, inclusive alejar cierto tipo de personas.

Los ejemplos anteriormente señalados de lo que la música “hace hacer” adquieren un significado específico que construye cada aficionado durante un proceso donde genera vínculos subjetivos, lo que igualmente conlleva a poner atención a lo que la música “hace sentir”. Ya entrando a este punto, es necesario comenzar a abordar el gusto mediático.

### 1.3 El gusto mediático

El gusto se entenderá como gusto mediático: el resultado de un proceso que recurre, dependiendo del proceso de afición del sujeto, a ambos o alguno de los tipos de mediaciones: mediaciones-habitus y mediaciones pragmáticas. Las primeras son las “codificaciones sociales” que se definen con base en la teoría de Bourdieu ya expuesta: se referirán a los habitus, esas normas que nos dictan sistemas de necesidades culturales y brindan medios de apropiación para que algo nos guste, criterios para elegir, o rechazar; estas se nos inculcan en la familia, amigos y personas cercanas, que nos muestran qué es el buen gusto, que debe gustarnos y por qué. Por lo tanto, la razón de esas preferencias se gesta en nuestro entorno social dónde vivimos, lo que les gusta a las personas con las que compartimos nuestra intimidad, la religión que profesamos, la educación que recibimos. Funciona como mediaciones, pero es necesario distinguirlas de las mediaciones pragmáticas que son el término que se ha elegido para aludir a las mediaciones que postula la teoría de Hennion.

Las mediaciones pragmáticas son la parte que refiere a los medios por los cuales elegimos nuestras preferencias, de entre el universo de cosas culturales que se nos dieron a conocer o recién conocimos, el gusto se dirige hacia un objeto por lo que este representa para nosotros, nos hace hacer, sentir, nos cautiva. Entonces nos gusta porque hubo mediaciones que nos llevaron a dicho gusto, a elegir que nos gustara, como resultado significa algo para nosotros: crea un lazo subjetivo. Aliano reivindica la importancia de la subjetividad en la afición, entendida como gusto pragmático, en “*Dinámicas de individuación en fans de un cantante popular*”, dicho concepto es definido como “un conjunto de actividades performativas de la



subjetividad” (2016, p. 185). Esas actividades según el autor, se denominan prácticas, observándolas es que se logra apreciar la afición como práctica reflexiva de los sujetos. Puede interpretarse lo anterior al decir que las prácticas de los sujetos aficionados son actividades que reflejan la subjetividad, misma que a su vez es un producto del gusto mediático que han desarrollado. No hay afición sin subjetividad.

Para definir subjetividad, se retoma aquí la tesis doctoral de Aliano, donde menciona que es un proceso donde cada persona se relaciona consigo misma, lo cual implica percepción, sentimientos y emociones que en su conjunto aluden a procesos culturales o sociales (2015, p. 11). La afición como proceso cultural y social, desde la visión del autor, está cargada de subjetividad, inclusive, esta puede ser tomada como una mediación fundamental para que el sujeto gesticule su gusto mediático e igualmente para desarrollarlo y transmitirlo.

Benzecry alude a la subjetividad como mediación pragmática cuando describe el inicio de la afición por la ópera en sus entrevistados: “Aunque algunos de ellos estuvieron en contacto con la ópera desde niños a través de su familia, no se enamoraron hasta que pudieron decidir por sí mismos ver una función en vivo” (2012, p. 264). En la palabra *decidir* recae la versión del sujeto sobre su propia afición, así mismo, el habitus tuvo un papel contextual para esa decisión puesto que escuchar ópera se encontraba en la cotidianidad con la familia de los sujetos, fungió como parte de la percepción repetida.

La afición por el reggaetón es un gusto mediático hablando de los dos tipos de mediaciones; se gesta individual y colectivamente. Hennion y Aliano dejan ver que, cuando se trata de hablar de gustos, siempre hay prejuicios, es un tema muy íntimo, muy subjetivo porque es algo que cada sujeto se confiesa a sí mismo, probablemente no lo comparta con cualquier persona porque sabe que se puede ser juzgado con razón de su gusto. El reggaetón junto con su baile es el género favorito de varios y varias a nivel nacional e internacional, aunque cabe preguntarse a qué tipo de reggaetón son aficionados los sujetos sociales, porque esta música se ha diversificado mucho como consecuencia de su fama, de la polémica que aún

desata, de los millones que genera, de los lugares donde ha llegado y de las personas que lo escuchan, pero esto se aborda en el capítulo 2.

Como conclusión y después de todo lo visto, solo queda mencionar nuevamente que la afición es resultado de un diálogo tanto de la estructura como del sujeto. No es posible huir del habitus, pero es posible afirmar que hacemos una especie de sincretismo puesto que en los distintos espacios sociales donde nos relacionamos existen campos diferentes: la escuela, el trabajo, la familia, los amigos, por poner algunos ejemplos. Como ya se vio, un resultado de esa estructura son los gustos musicales, no están nunca estrictamente delimitados porque a lo largo de la vida del sujeto pueden modificarse por elección, como cuando formamos vínculos subjetivos hacia un género musical que no estaba incluido dentro de nuestro habitus. La elección de un gusto es un proceso dialéctico donde la estructura y el sujeto tienen papeles principales.

## **Capítulo 2. El proceso de afición**

El presente capítulo tiene el objetivo de conocer el proceso de afición, se plantean las implicaciones de cada etapa del proceso de afición con el objetivo de comprender el gusto mediático hacia el reggaetón. Se requiere averiguar cómo un objeto que pareciera carente de significado como la música reggaetón, se vuelve tan importante en la cotidianidad de una persona aficionada. Se utilizará lo que Nicolás Aliano llama “etapas de un proceso de afiliación a un objeto de la cultura de masas” (2018, p. 195). Es él quien define el proceso de la afición (afiliación) en tres: Iniciación, habituación y transmisión de la pasión. Previo a ello, se hablará sobre el objeto musical en cuestión: el reggaetón.

Actualmente hay reggaetón de distintos “colores”, desde el original o clásico con tonos más crudos, hasta al actual con tonos más fosforescentes o bien de temáticas feministas, hasta religiosas; todos estos son creados, conservados, modificados,

pensados, apropiados por y para personas distintas, crean vinculaciones, disposiciones (refiriendo al habitus) diferentes para quienes lo escuchan, a su vez que el resto del entramado social –como dice Aliano- significa al sujeto que escucha un tipo de reggaetón, en espere punto se vuelve al capital simbólico y cultural, que hacen posible significar a un sujeto al mismo tiempo que este se sabe significado, como se verá reflejado con los chicas, durante el capítulo 3.

En la tabla 1 se organizan los tipos de reggaetón, los exponentes, canciones que lo representan y el año en que son lanzadas las canciones. Es importante aclarar que algunos de los y las exponentes, no se definen en un solo tipo de reggaetón, sino que se han colocado como tales debido a su tendencia en cuanto a repertorio creado y la popularidad que han tenido. Además, se considera necesario definir los tipos de reggaetón antes de presentar la tabla.

El primero es el clásico, cuyas canciones son aquellas con las que nació este género musical, sus temáticas pueden ser de denuncia contra la violencia, pobreza, amor, desamor, infidelidades y contenido sexual. El segundo es el Tiraera, Se usa entre pandillas o hacia una persona con la finalidad de agredirse entre sí, el contenido sexual que se utiliza tiene la finalidad de ofender a las otras o los otros para quienes va dirigido. El Cabilla se caracteriza porque el contenido sexual de sus letras es muy explícito, abundante, grosero y directo, ha marcado el reggaetón tanto que un referente para identificarlo suele este tipo de contenido sexual. El reggaetón romántico tiene una temática de amor, romance, desamor; tiene contenido sexual, aunque con un carácter “romantizado”.

Los siguientes tipos de reggaetón que van a mencionarse son más recientes. El reggaetón-pop es una mezcla del estilo pop con el ritmo base repetitivo del reggaetón, algunas canciones copian la letra junto con el tono de las canciones y le agregan el ritmo reggaetonero. A este reggaetón se le suele llamar “pop latino” o “pop urbano”, nótese como en ese nombre se refleja el fenómeno de emblanquecimiento de las músicas Plebeyas del que habla Yúdice (2017). Hay cantantes que pese a tener un historial de obras musicales de pop durante mucho tiempo, sus creaciones recientes comienzan a ser de reggaetón-pop. Su contenido

puede o no ser sexual, cuando llega a serlo es menor, más “ingenuo” que en todos los tipos anteriores de reggaetón.

El reggaetón feminista consta de letras y videos que conservan el ritmo e instrumentación reggaetonero, pero con la intención de empoderar a las mujeres desde su libertad sexual, protestar contra la discriminación y la violencia que viven, como bien es la cosificación que el reggaetón sigue haciendo de las mujeres para consumo masculino. Pero también mediante esta música, crean un espacio donde se sienten seguras, libres, acompañadas, sus videos pretenden infundir seguridad a las demás, el sentimiento de que no están solas. Las primeras canciones con letras de estas características no se autodenominan feministas, esta etiqueta comienza a asumirse como tal con cantantes como la argentina Romina Bernardo del grupo “Chocolate remix” a partir de la década del 2010-2020.

Por último, el reggaetón cristiano, el cual es polémico, pues a pesar de que hay agrupaciones cristianas que no están de acuerdo con usar esta música para cuestiones religiosas, hay otras agrupaciones que sí lo hacen. Este reggaetón se caracteriza por tomar las pistas de canciones famosas de reggaetón y cambiar la letra a una de corte religioso o bien, mantener la base rítmica e instrumentación de otras canciones de reggaetón (sean cuales sean), pero con letras cristianas.

**Tabla 1. Tipos de reggaetón, exponentes y obras**

Tipo	Exponentes	Canciones	Año
Clásico/ antaño	Tego Calderón	“Loíza”	2003
	Daddy Yankee	“Gasolina”	2004
	Don Omar	“Salió el sol”	2007
Tiraera	Ivy Queen	“Tiraera a calle 13”	2008
	Daddy Yankee	“Mensaje de Estado”	2009
	Yandar y Yostin	“Bobo hpta tiradera pa Reykon”	2013
Cabilla	J. Balvin	“No me conoce”	2019
	Anuel	“Jeepeta”	2020
	Bad Bunny	“Safaera”	2020
Romántico	Nigga	“Te quiero”	2007
	Factoria	“Perdóname”	2006
	J. Balvin	“No es justo”	2018

Reggaetón-pop (Cantantes reggaetoneros)	Maluma	“Sin contrato”	2016
	Kalor G	“Tusa”	2019
	Camilo	“Ropa cara”	2021
Reggaetón-pop (ex-poperos o colaboraciones con reggaetoneros)	Enrique Iglesias	“Duele el corazón”	2016
	Juanes	“Fuego”	2017
	Dana Paola	“Friend de semana”	2020
	Reik	“Si me dices que sí”	2020
	Belinda	“Amor a primera vista”	2019
Reggaetón feminista	Ivy Queen	“Yo quiero bailar”	2003
	The Rudeboyz & Greeicy	“No te equivoques”	2018
	K-Narias	“Mujeres”	2017
	Chocolate Remix	“Te dije que no”	2019
Cristiano	Benjie	“Diseñado con propósito”	2018
	Alex Zurdo	“Lo mío no pasa”	2020

Fuente: elaboración propia con base en lo planteado en el punto 1.3 sobre el reggaetón pop y las páginas de internet creadas por personas aficionadas al reggaetón: Reggaetón (2010) y Magangué (2019).

Bruno Bartra (2019) rastrea el reggaetón describiendo cómo pasa del disco “El abayarde” de Tego Calderón a las actuales canciones de Paulina Rubio y Justin Bieber, justamente porque se popularizó tanto, que las letras, los temas y el público que lo escucha fue otro, algunos cuestionamientos que me surgen son: cuál será el tipo de reggaetón que los sujetos escuchan, si prefieren no escuchar alguno o a algún cantante y por qué, qué les significa.

Los tipos de reggaetón muestran las transformaciones o las formas en que se ha adaptado o bien, convertido, el reggaetón desde su nacimiento hasta la actualidad. Hay una diferencia muy marcada entre las letras de las canciones clásicas y cabilla, comparadas con las de reggaetón-pop; aún más si estas se comparan con las letras de reggaetón feminista o cristiano. Como puede observarse, el reggaetón que es significado por personas aficionadas puede tomar muchas formas según las necesidades que surjan dentro del proceso de afición que da cuenta de un diálogo estructura-sujeto, las letras de reggaetón feministas y cristianas son el más claro ejemplo de ello, pues las personas aficionadas al reggaetón que se asumen desde estas posturas ideológicas (feminismo y cristianismo) rechazan el carácter sexual de cosificación a las mujeres, de violencia y lenguaje “soez”, sin embargo son

personas aficionadas, lo que les lleva a crear sus propias letras mientras que el resto de características de ritmo, instrumentos, sonidos pegajosos y repetitivos se conservan mientras les sea adecuado o necesario, aunque dentro de su habitus estos nuevos tipos de reggaetón no eran los que se esperaba que reprodujeran.

Las personas jóvenes junto con su afición musical por el reggaetón han estado impulsando el cambio cultural-musical de pasar del pop de los años 90 del siglo pasado, al reggaetón en los años 2000-2021, Ramírez (2006, p. 252) hace el importante señalamiento de que son los jóvenes habitantes de zonas urbanas quienes reciben más intensamente los cambios culturales y sociales, por lo que actúan como un motor para dichos cambios. Conocer el proceso de afición es importante para la comprensión de ese cambio cultural que significa un proceso estructural.

## **2.1 La iniciación**

La primera fase es la iniciación en la escucha, donde se requiere identificar cuál fue el primer momento en que el aficionado se acercó, en palabras de Aliano, al objeto cultural de masas (a la música). Dicho momento es lo que Benzecry (2012, p. 113) llama instante de revelación. Este es el instante en que una canción, la letra, estrofa, solo, coro o quizá los músicos que la interpretan, logran atrapar a la persona que los escucha, le crea atracción, lo convierte y experimenta una revelación cualquiera que sea: “me cambió la vida”, “ahí fue cuando nací”, “me enamoré”, “me atrapó”. A partir de entonces, este suceso le da un giro completo a la vida del sujeto. Cuando el fanático, aficionado o fan vive su instante de revelación, empieza la historia de su gusto, su proceso de afición.

Hay un punto de quiebre en el instante de revelación que marca la vida del sujeto, que los aficionados y aficionadas hablen a profundidad sobre su afición significa

que van a hablar de su cotidianidad, gusto mediático, costumbres, deseos, espacio personal, espacio social, decisiones culturales. Su música está ahí, en sus actos, en su habitus, también en la acumulación de capital que han logrado.

Las personas jóvenes aficionadas al reggaetón de la periferia del oriente de la CDMX son un conjunto de sujetos de cuya música y afición se habla, aunque sin darles la palabra; Justamente la entrevista a profundidad colabora no solo a darles voz, a conocer de primera mano un tema que les pertenece: “el entrevistado es quien tiene la palabra, porque es el quien sabe, es el que posee la información” (Baez y Pérez de Tudela, 2009, p. 95). Debido al estigma con que cargan reggaetón y sus aficionadas/aficionados en cuanto a que son parte de las músicas plebeyas que menciona Yúdice (2017) son la versión subordinada o dominada, aunque valiosa. Su afición permite asomarse a la estructura cultural, social, económica y hasta política en que viven, la afición musical pareciera insignificante, pero es producto de todo esto, es una de las partes que conforman la sociedad, por lo cual no es aislado.

Se sostiene que, en los jóvenes de la periferia de la CDMX, la afición con todo lo que implica, pone al descubierto el estigma hacia el reggaetón por parte de la sociedad. Retomando a Yúdice, el *emblanquecimiento* de este género se asienta musicalmente en las formas en que se hace reggaetón-pop actualmente, porque este ya no es por ni para jóvenes de los barrios pobres o sectores populares de Latinoamérica (como la periferia) solamente. A pesar de esta afirmación, es importante saber qué significa ese hecho para las personas aficionadas, cómo se han apropiado o no de los nuevos reggaetones, qué es reggaetón, qué reggaetón los acompañó en la iniciación, en el instante de revelación y también cuál o cuáles se encuentran dentro de su cotidianidad.

Sobre ello, Aliano menciona un factor importante para que esta revelación o encuentro ocurra, el cual se ve ligado nuevamente a la entrevista a profundidad toda vez que permite observar la subjetividad como mediación. En la primera etapa, el sujeto aficionado llega a una coyuntura donde su vida cambiará

significativamente, el elemento detonador varía, pero como se podrá notar en la siguiente cita, se haya un común denominador, el conflicto:

(...) la presencia de experiencias de aflicción: angustias, tensiones, conflictos, momentos críticos en la vida. Dichas experiencias que producen una fractura, un quiebre en la continuidad subjetiva, en algunos casos conducen a la búsqueda de una redefinición de la propia identidad personal a partir de relacionarse con esta música. (2016, p. 209)

El conflicto lleva al sujeto al instante de revelación musical que va a determinar su historia como aficionado, que marca el inicio de su proceso de afición. En ocasiones, es el habitus el que actúa como anfitrión en esta etapa, porque si la revelación se dio dentro de la familia, gracias a los vecinos o amigos es muy probable que la habituación (segunda etapa) se desarrolle gracias al habitus, por lo cual las prácticas activas que el sujeto realiza para interiorizar la música pueden ser una imitación de los procedimientos o modos que siguen las personas cercanas a este y que probablemente ya son aficionadas.

La música es práctica (De Nora, 2004), como tal conforma la conciencia y la acción, razón por la que el aspecto de las prácticas activas (como les llama Aliano) estará presente en todo el proceso de afición. Una de esas prácticas es la escucha, que retomando a Byrne (2012), Hennion (2012) Aliano (2016), De Nora (2004) se define como una actividad que requiere dedicación, tiempo, un espacio para hacerla posible. Va más allá de oír porque la atención que se le presta a la música tiene un objetivo, por ejemplo, alcanzar un estado de ánimo, un sentimiento, provocar recuerdos, averiguar qué instrumentos, tiempos, sonidos utiliza la música, así que la escucha es reflexiva. Se ve acompañada de un método, una manera –o maneras– que los sujetos personalizan para ello, esta acción se ve acompañada de más acciones que se entenderán como prácticas. Para desarrollar las prácticas de escucha resultado del proceso de afición, los sujetos crean hábitos.

Otro elemento importante en la etapa de iniciación, refiere las prácticas que le conducen al sujeto aficionado a iniciarse en un gusto, lo cual implica dos tipos de escucha: personal y socializadora (De Nora, 2004; Hennion 2012; Aliano, 2016),



para Aliano primeramente es una escucha personal que modula a la socializadora, pero pienso que podrían aparecer sin un orden fijo dependiendo siempre de cómo sea la iniciación del sujeto aficionado aunque en esta etapa es fundamental la escucha personal, sin ella el desarrollo de su proceso de afición no sería reflexivo, ni tendría vínculos subjetivos, no sería posible, por eso la escucha socializadora se desarrollará en el siguiente subcapítulo.

La escucha personal se divide en tres modos que Aliano (2016) identifica y que coincide con De Nora (2004) y Hennion (2012). El primero de ellos, el uso inventivo del espacio personal donde sentirse en comodidad para la escucha. El sujeto aficionado buscará, construirá o acondicionará un espacio, un lugar físico o virtual en donde pueda ejercer su gusto mediático en soledad. Inclusive el simple hecho de ponerse audífonos o reproducir su música estando solo puede considerarse un lugar o sala de escucha, Yúdice (2007) aborda la experiencia individual que representa la escucha personal, para él la privacidad del sujeto genera una sala propia para escuchar música, ella forma parte de nuestro espacio personal, es casi increíble cómo un elemento sonoro puede delimitar un espacio físico, quizá en cuanto a los lugares virtuales este efecto solo pueda lograrse cuando hay una comunidad de escuchas aficionados, en ese sentido viene la razón por la cual reitera el no abandono en el que el autor insiste de la sociabilidad que se crea mediante la escucha musical.

Byrne (2012) recalca que la influencia de la tecnología en la música hizo posible escucharla sin necesidad de salir de nuestros hogares, en la radio, en internet, en *Compact Disc (CD)*, estos pueden formar parte del lugar que la persona aficionada elija para su escucha. Los avances tecnológicos lograron que el hecho de escuchar música dejase de ser únicamente una experiencia pública (o social), dice el autor, la volvió también de carácter privado gracias al invento de las grabaciones, los audífonos y dispositivos de uso personal para escuchar música. Anteriormente, si se quería escuchar música, necesariamente se asistía a clubes, salas de concierto, a las fiestas, la iglesia, o las plazas, donde siempre había más personas. La escucha era únicamente una experiencia social.

El segundo modo es la instrumentalización de la escucha, donde la música no se pone por que sí o para cualquier motivo, sino que es escuchada metódicamente, en tiempos, lugares y maneras específicas. Permite evocar estados de ánimo o emociones. De Nora (2004) observa en sus entrevistas que también es usada como regulación corpórea: “music is a device of emotional, biographical and corporeal regulation” [*La música es un dispositivo de regulación emocional, biográfica y corporal*] (p. 110). Por dispositivo biográfico, se refiere a que la música es un material emocional y personal, constituyente del yo del sujeto social, es parte integral de sí mismo. Para darle sentido al modo instrumentalizado, observar la presencia, ausencia, rol, tiempos, lugares y razones que el sujeto reserva intencionalmente para la escucha, es la clave.

El tercer y último modo es la invención de una forma personalizada que el sujeto tiene para escuchar su música. De Nora hace un aporte importante a este punto cuando dice:

“Focus on intimate musical practice, on the private or one-to-one forms of human-music interaction, offers an ideal vantage point for viewing music ‘in action’, for observing music as it comes to be implicated in the construction of the self as an aesthetic agent” [*Centrarse en la práctica musical íntima en las formas privadas o uno a uno de interacción humano-música, ofrece un punto de ventaja para la idea de ver la música ‘en acción’, para observar la música tal como se ve implicada en la construcción del yo como un agente estético*] (2004, p. 46)

Precisamente la interacción humano-música que señala la autora es la que da origen a las formas de escucha personal y se considera que aún más en este porque un aspecto profundamente íntimo es una personalización de la práctica de la escucha, ahí es donde el sujeto se deja ver así mismo como tal; donde las cosas sociales y culturales que la música nos dice son más observables.

La forma en que se construyen los modos personalizados de escucha dará cuenta de su habitus, de la estructura, su cotidianidad, su realidad inmediata y con quiénes la comparte, porque debe partir de lo que el sujeto conoce para crear algo puramente suyo, algo que no conoce, pero a lo cual se adaptará, se hará parte de sí mismo en el proceso. Eso significa que puede haber cambios en esos modos de

escuchar hasta que se encuentre el adecuado, que embona perfectamente consigo y sus necesidades. No solo ocurre esto con la personalización de escucha, también con los otros dos modos.

En los tres modos se observa la actividad reflexiva de la afición, las prácticas y la subjetividad. Es importante observarlas en la etapa de iniciación pues probablemente nazcan en esta etapa y se desarrollen en las siguientes. Para observar las prácticas, De Nora afirma que se debe mirar más allá de las declaraciones textuales de los sujetos, identificar las prácticas significa identificar dónde la música moviliza, lo que hace en la persona, cómo la hace funcionar, por qué, los objetivos que el sujeto busca con su escucha.

Para Yúdice, la experiencia musical es una percepción toda vez que la define como “informaciones que provienen de las sensaciones, imágenes, memorias y percepción que las organiza” (2007, p. 19). Ahí puede notarse una dialéctica entre lo personal y lo social, no hay una sin la otra, aunque sí hay diferencias en las prácticas que se realizan para cada modo de escucha, donde siempre habrá particularidades porque la interpretación que se hace de la música depende del proceso de apropiación.

Así es como se llega a un aspecto determinante para comprender la afición mediante la escucha, De Nora (2004) aclara que la escucha musical no es libre, está sujeta a necesidades, se agrega que al habitus: “But the specific discourses that respondents invoke as descriptors of ‘what they need’ are not free floating; they are typically linked to practical exigencies of their appropriation and to interactions with others” [*Pero los discursos específicos que los encuestados invocan como descriptores de "lo que necesitan" no están flotando libremente; Por lo general, están vinculados a las exigencias prácticas de su apropiación y a las interacciones con los demás*] (p. 50). Por lo tanto, las prácticas que surgen de la afición están influidas por el habitus en mayor o menor medida, pues se vinculan a las interacciones con los otros, por eso la escucha no puede ser solamente individual o bien, no puede serlo todo el tiempo dentro del proceso de afición.

Es probable que, en la etapa de iniciación, la escucha socializadora sobrepase la personal; sin embargo, difícilmente podría ser al revés, cuando el sujeto vive su instante de revelación, la subjetividad actúa dentro de él/ella, por lo tanto – retomando a De Nora- la interacción música-humano constituye su persona y para alimentar esa constitución necesariamente el sujeto buscará una escucha personal con todo lo que ello implica. Este punto se retomará cuando se tengan los datos recolectados en las entrevistas. La dimensión social que se acaba de tocar nos lleva al punto de la escucha socializadora y por ende a la siguiente etapa de la afición.

## 2.2 La habituación

La habituación es la segunda etapa del proceso de afición musical, aborda “diversas prácticas de afición (...) que incluye ejercicios conectados como el coleccionismo, la interpretación regular de los ‘mensajes de la obra’, la asistencia a recitales, o las búsquedas por *performar* la apariencia y gestualidad del artista” (2018, p.197). Es aquí donde el sujeto busca más cercanía con la música que lo ha cautivado en un primer momento, por medio de una serie de acciones que comenzaron en la iniciación, desarrolla un vínculo, construyendo prácticas de escucha aficionado.

Esta etapa se compone de prácticas, que se generan con ayuda de las mediaciones. Aliano (2019, p. 215) encuentra en su investigación que estas prácticas son: nueva identidad personal, rechazo a ciertos géneros musicales (este es un efecto del gusto como habitus), análisis de letras, producción de un espacio personal para la escucha e imitación de los modos de hablar, cantar, bailar, vestir o pensar del (o los) artista(s). A pesar de ello, no es posible establecer dichas prácticas como las que específicamente se encuentran en el proceso de afición de cada sujeto durante las entrevistas o como las únicas que dan testimonio de la afición de un sujeto, ya que cada una de las músicas y de los sujetos aficionados

es diferente, las acciones que se traducen en prácticas y las subjetividades que se desencadenan en el proceso varían por esa causa, son singulares.

Un escenario donde se pueden manifestar y desarrollar las prácticas, es en el medio virtual. En las condiciones de la actual pandemia, algunos lugares físicos han tratado de ser reemplazados con lugares virtuales, las personas aficionadas junto con sus acciones, subjetividades, modos de escuchar y gusto mediático seguramente han buscado lugares virtuales para reemplazar su imposibilidad de usar los lugares físicos e interactuar en ellos con más personas aficionadas. Es importante descubrir en el trabajo de campo cuáles son esos lugares y cómo son usados. Yúdice (2007) señala que:

Las nuevas tecnologías han afectado a la manera en que la música incide en la organización social, desde los tradicionales clubes de melómanos a los blogs, chats y sitios en internet en los que los gustos musicales son un componente crucial de los perfiles que atraen a la gente a relacionarse con sus congéneres, los cuales pueden vivir a la vuelta de la esquina o a veinte mil kilómetros. (p. 23)

Pese a que el autor escribió lo anterior hace diez años, aún logra describir el panorama virtual si le agregamos la existencia de redes sociales, plataformas para escuchar música, para hacer versiones de sus canciones favoritas, sitios donde ver videos musicales y aplicaciones que usan algoritmos para recomendar música que probablemente nos gustarán. A esos los he denominado lugares virtuales, sitios web que permiten interactuar con las otras/los otros de diversas formas en internet, por ejemplo, comentar, platicar, jugar, compartir música, videos, grabaciones, enviar audios, imágenes, fotografías y conocer personas.

Esa dinámica de interacción, según Yúdice, hace manifiesta una dinámica donde los sujetos pueden socializar compartiendo su música, comentándola, debatiéndola e inclusive haciendo recomendaciones, así forman una comunidad en los lugares virtuales, él lo llama “redes efímeras” (2007, p. 24). Lo anterior ya no es un nuevo escenario actualmente, los lugares virtuales donde se forman esas redes efímeras, también es un espacio donde las fases de la afición, como son la Iniciación y la habituación, pueden desarrollarse, en esas redes construidas por amigos, familia,

desconocidos, que comparten un gusto mediático musical, se comentan, recomiendan, envían música y por supuesto, se gestan formas de escuchar. En esta parte se puede notar que hay un aspecto donde Yúdice coincide con los teóricos de la afición: la música fomenta estados de percepción, recepción y prácticas en las personas.

Para Howard Becker y Robert Faulkner (2011), la música es producto de la individualidad y la colaboración, sucede lo mismo con las personas aficionadas, en la habituación confluye la escucha personal con la socializadora. Aliano encuentra en su investigación que las personas aficionadas al modular su escucha individual hacia la social se enfrentan a la negociación del espacio (2016, p. 187). Sus lugares y situaciones de escucha pueden ampliarse o limitarse según el resultado de ello, nuevamente se vuelve al punto donde la música conforma nuestro espacio personal, por eso la toma del espacio público para lo que Yúdice (2007) considera una experiencia privada (escuchar música), ocasiona polémicas.

Sobre la toma sonora del espacio público -como lo llama Yúdice- Benedetti (2008) encuentra que el rock se vuelve para sus sujetos aficionados como un *espacio propio*, un refugio sonoro dónde escapar de la violencia del sistema, de la hegemonía. En los conciertos y recitales de rock argentino, los y las asistentes entonaban *cantillos* de protesta denunciando la violencia y estigmatización que sufrían por parte de la sociedad argentina, el volumen del conjunto de voces impregnaba buena parte del espacio público y de forma sonora, puede considerarse una toma del espacio, por parte de esta colectividad, como una reivindicación, un recordatorio de que *están y existen*.

En las calles de la periferia de la CDMX, la toma sonora hecha con el reggaetón como música, es muy común. Las motocicletas conducidas por aficionados llevan consigo una bocina a modo que mientras conducen se escuche a todo volumen su reggaetón; otro escenario donde se da este fenómeno es en las esquinas de las calles o partes de avenidas donde se juntan personas jóvenes -generalmente hombres, si llega a haber mujeres suele ser muy pocas veces- a escuchar sus músicas en bocinas o con sus propios celulares, dentro de los géneros que

escuchan, el reggaetón se encuentra incluido. Este fenómeno se considerará como una de las prácticas de la escucha socializada.

La definición de música que propone Yúdice, puede entenderse como parte de la escucha socializada, para él, es una reproducción comunitaria que al escucharse lleva consigo “informaciones que provienen de las sensaciones, imágenes, memorias y percepción que las organiza” (2007, p. 19). Todas estas surgen de la estructura en que el sujeto habita, pero cuando se da dentro de la etapa de habituación, pueden bien generarse nuevas informaciones, sensaciones y recuerdos. Cuando se transita de la escucha personal a la social, mostrar la música *nuestra* a una segunda o tercera persona, es mostrarse a uno mismo porque ahora esa música está pasando a constituirnos, es parte de nuestra, profunda que no se le muestra a cualquier persona, ese es un reto para la técnica de investigación que se ha planteado, pues si no se genera un vínculo de confianza adecuado, los datos no van a fluir en la entrevista.

La escucha musical socializada puede considerarse también como parte del ordenamiento social a nivel colaborativo y colectivo según De Nora (2004, p. 110), ella considera la música como “un ingrediente activo de relaciones estrechas” (p. 111). En sus entrevistas, la autora halló que los sujetos hablan sobre lo que consideran musicalmente apropiado e inapropiado según determinadas situaciones sociales, la música contribuye a la interacción íntima entre las personas, acondicionar el ambiente, provocar conductas y caer en realineamientos por medio de las estructuras musicales, que son parte del material cultural. Todas estas bien pueden señalarse como parte de las prácticas que, durante la habituación, generan las personas aficionadas. Hay que recordar el desarrollo de los modos de escucha personal que de la misma forma se dan en esta etapa.

Los realineamientos que propone la autora son parte constitutiva de las prácticas, por lo cual se consideran importantes en esta investigación. Divide los realineamientos en tres, se entiende que estos pueden encontrarse en ambos tipos de escucha: Realineamiento corporal, de conducta emocional y de conducta social (De Nora, 2004, p. 123). El primero se da cuando el sujeto al escuchar la música le

incita a moverse, golpetear el piso con los pies, las palmas, mover la cabeza de un lado a otro siguiendo el ritmo, bailar, el cambio de energía física, motivación. En el reggaetón puede observarse sin mucho problema este realineamiento, aunque las personas escuchas de dicha música lo expresan de formas particulares, hay un común denominador: el perreo, consolidado como el baile propio del reggaetón.

Por su parte, el realineamiento emocional es el efecto de la música de producir sentimientos y emociones en los sujetos. Como puede intuirse, coincide con lo que ya se había planteado en el capítulo uno: la música provoca sentimientos y emociones, por lo cual no se profundizará de nuevo en este punto. En cuanto al realineamiento social, refiere a que los sujetos mediante la música pueden aludir a modos de actuar, para forzar y debilitar relaciones entre familia o amigos, la música es un dispositivo de ordenamiento: “patterns of appropriation –associated with particular styles within particular settings- emerge and accrue over time” [*Los patrones de apropiación, asociados con estilos particulares dentro de entornos particulares, surgen y se acumulan con el tiempo*] (2004, p. 127). Aquí, De Nora está refiriendo al habitus como parte de la apropiación musical a la vez que reafirma que es una mediación para que el proceso de afición se desarrolle en los sujetos sociales.

Así mismo, agrega que los efectos, vínculos y subjetividad que la música provoca en la sociedad ha sido aprovechada por actores económicos, políticos y religiosos durante mucho tiempo a lo largo de la historia: las iglesias para reforzar su devoción, los comerciantes para aumentar sus ventas, los partidos para ganarse votantes, mantener o ganar legitimidad e infundir su ideología. Decir que la música es un dispositivo de ordenamiento social puede entenderse más claramente con lo recién expuesto. Probablemente con las personas aficionadas puedan encontrarse estos fines realizados mediante el reggaetón en contextos de la escucha socializada.

Aliano distingue dos tipos de escucha socializada: la colectiva y de pareja (2016, p. 187). Ambos coinciden con los realineamientos que postula De Nora. La escucha colectiva, dice Aliano, se lleva a cabo en compañía de otras personas, un grupo de



amigas/amigos, familia, compañeros/compañeras de escuela o trabajo; entre esta colectividad se ejercita la escucha, lo que da a entender que hay una forma de escuchar con una colectividad. De esa manera, intercambian ideas, interpretaciones musicales, más música, hablan sobre sus gustos o preferencias en cuanto a ciertos cantantes, artistas, los dispositivos que usan para escuchar música, en qué momentos lo hacen.

Producto de la escucha colectiva son también las prácticas que realiza el grupo de personas aficionadas. Cecilia Benedetti (2008), encuentra que las prácticas adoptadas por fanáticos del Indio Solari en sectores populares de Argentina durante el año 2003, eran encender bengalas durante los recitales, la creación de banderas y cantillos con letras de protesta o bien de las canciones modificadas a modo de protesta contra la estigmatización que cargaba a las personas aficionadas del rock nacional argentino, pues a raíz de eso, cada que había conciertos de este género musical, se vigilaba a los grupos de asistentes y frecuentemente se manifestaba la violencia policial contra estos. Cabe resaltar que las practicas dejan manifiesto el contexto de su cotidianidad.

Además de las prácticas y del consumo de música, Aliano (2009) describe la presencia del consumo de otros materiales relacionados: camisetas con nombres del artista preferido, banderas con colores representativos de sus bandas favoritas, pulseras, zapatos, ropa alusiva a su música. En los contextos actuales puede sumársele a las posibles prácticas: el consumo de plataformas para escuchar su música, seguir en redes sociales a sus cantantes o bandas preferidas, suscripción a Spotify, YouTube en los canales relacionados con sus canciones favoritas o bien el uso de un lugar virtual en específico dónde hacer posible su escucha colectiva y leer las letras de las canciones. El uso de mensajería instantánea como WhatsApp o Telegram donde es posible crear grupos, puede ser una de las medidas adoptadas por las personas aficionadas para su escucha colectiva.

El análisis o decodificación de las canciones, como lo llama Aliano (2016), también es una práctica muy común entre la comunidad interpretativa, es decir el grupo de personas aficionadas. La decodificación de la música es una de las

prácticas que produce la escucha colectiva y toma forma durante la etapa de habituación. El autor afirma que las prácticas mencionadas “contribuyen a la configuración de un sentido de la propia individualidad” (2016, p. 196), la formación del sujeto aficionado es parte de su formación individual en sociedad, misma que constituye su vida como su proceso de afición.

Por otro lado, los realineamientos que menciona De Nora pueden darse indistintamente en la escucha colectiva o de pareja, pero es suposible que el realineamiento de conducta social es claro en la escucha colectiva. Pasando a la escucha de pareja, Aliano la define como aquella que tiene lugar en la relación conyugal (2016, p. 197). Describe los usos que las personas que entrevistó le dan a la música de la cual son aficionadas, tales como regulación de estados de ánimo (enojo, miedo, cansancio), provocación de situaciones de intimidad que van desde platicar, mirar fotografías, hasta las relaciones sexuales.

De Nora (2004) menciona que la música habilita un espacio, un puente entre dos o más personas que permiten compartir un mismo sentimiento, emoción o recuerdo. Por eso, la escucha en pareja, dice Aliano, es una intimidad compartida, refuerza su relación afectiva, la música les funciona como un soporte afectivo en palabras del autor. En conclusión, las escuchas socializadas junto con sus prácticas se dan entre las personas aficionadas, puede que no se encuentren exactamente las mismas prácticas o modos de escuchar que las que se expusieron durante este capítulo, los datos que arrojen las entrevistas seguramente enriquecerán lo que se conoce hasta ahora por escucha socializada.

### **2.3 La transmisión de la pasión**

Como última fase se encuentra la transmisión de la pasión. Consiste en que la persona aficionada infunda su afición a otra persona cercana que no comparte el mismo gusto. Con “persona cercana” hay que aclarar que no significa estrictamente una cercanía física, en el medio virtual donde se general las redes más o menos

efímeras que señala Yúdice, los sujetos conocen más personas y por medio de la interacción virtual, pueden o no considerar al otro con quien interactúa como alguien cercano, como un amigo o establecer un vínculo con un familiar que vive a kilómetros de donde este vive.

Las estrategias que el sujeto aficionado use para lograrlo buscan como objetivo hacer a otro escuchar su música y, haciendo referencia a Strauss (1976), actuar como un “conversor” o un agente transmisor de su afición. No está de más agregar que aquí el habitus también acciona, toda vez que fungir como un “conversor” de las personas íntimas a cada sujeto, considerando el contexto, puede ser señal de reproducción de habitus, porque predica el gusto mediático propio a otra persona.

Entre las estrategias que la persona aficionada usa para transmitir su pasión, según encuentra Aliano (2018, p. 216), son el uso de actividades de carácter individual o grupal que tengan la intención de provocarle artificialmente el proceso de afición a la otra persona, en específico la etapa de habituación, pues el instante de revelación no es algo que se pueda provocar intencionalmente. Las actividades de habituación que se realicen probablemente reproduzcan, en combinación, las que el sujeto realizó cuando estaba en su etapa de habituación y las que practica siendo ya aficionada/aficionado. La afición es una práctica, un punto interesante es saber qué ocurre, por qué y cómo, cuándo se deja de practicar.

Cuando el sujeto aficionado lleva a cabo las acciones para transmisión de la pasión, estas “suelen promover nuevas vinculaciones enlazando las preferencias de los fans ‘ya enganchados’ con las de los nuevos miembros” (Aliano, 2018, p. 216). Esas vinculaciones a su vez refuerzan la cercanía de los sujetos aficionados hacia su música, lo que en palabras de Aliano, significa una afiliación cultural. Benzecry (2012, p. 261) agrega que el amor es el que vincula a los sujetos a su objeto de afición con el cual establecen un compromiso, el de predicar su amor por un género musical es parte de ese compromiso.

Esta última etapa se ve reforzada por la metáfora de amor que utiliza para explicar el fanatismo o afición porque “el amor ofrece una experiencia de

autotransformación, de elección personal, un futuro cargado de sentido y expansión sensual funciona como una metáfora tanto de entrega como de autocontrol” (Benzecry, 2012, p. 266-267). El gusto mediático es un producto del diálogo entre la estructura, las decisiones y elecciones culturales del sujeto porque es un proceso reflexivo, toda vez que es un enamoramiento, por supuesto las aficionadas/ los aficionados, sienten esa necesidad de expresar su amor, buscar la forma de que más personas experimenten lo que sienten, piensan y les provoca su amor por su música. Para el autor esta pasión es más que expresar una preferencia, es un compromiso que madura, se desarrolla.

Dentro de la etnografía que Benzecry hace para estudiar a los fanáticos de la ópera en Buenos Aires, encuentra que cuando una persona nueva en el teatro quiere aprender todo sobre este género, los miembros fanáticos más experimentados juegan el papel de maestros de los nuevos integrantes, ellos justamente les transmiten la pasión explicándoles, dándoles información, recomendación de lugares donde escuchar ópera, dónde comprar boletos para las funciones, leer sobre ella, libros, partituras, nombres de cantantes o nombres de piezas para escuchar, cómo actuar, cómo saber que la obra es digna o no de aplaudir.

Cuando los maestros enseñan su afición, el autor resalta el uso de las mediaciones que van a servir para moldear la atracción inicial que pretenden sembrar en la otra persona y convertirla poco a poco en “un apego más elaborado y sostenido” (2012, p. 263), en afición. Los maestros tienen éxito si logran sembrar la afición en alguien que no la tiene, aunque sugiero que igualmente la tendrán si integran su música en el repertorio de consumo cultural ajeno, si les *hacen* escucharla, en el sentido de provocarles la necesidad, el interés y no manejarlo como una obligación, más como un acto de amor –bien diría el autor-, porque coincido en que la afición es un enamoramiento.

Megías y Rodríguez (2003) reafirman lo que se ha venido planteando hasta este punto de la investigación cuando mencionan que las personas jóvenes tienen impregnada su cotidianidad con música, la mayoría siente que sus gustos

musicales fueron influidos por sus amistades, las relaciones de amistad mediante la música se ven reforzadas toda vez que el tiempo invertido en las prácticas de escucha colectiva que llevan a cabo, crean lazos subjetivos entre los sujetos. Aquí puede notarse cómo sus gustos mediáticos se ven sostenidos con fundamentalmente dos mediaciones: el intercambio interpersonal y los medios masivos (2003, p. 253). El acceso a internet a partir del año 2000 es un factor importante que incide en todo el desarrollo del proceso de afición, sin él, hay un aislamiento del resto del mundo social que no forma parte de la cotidianidad de las personas.

En cuanto a la *estructura del gusto musical*, como lo denominan los autores Megías y Rodríguez (2003), es un término utilizado para referirse a la constitución de ese gusto con relación a lo que la oferta de mercado musical ofrece mediante los medios de comunicación que utilizan las personas jóvenes, aunado a ello, hacen referencia al gusto como habitus al definir dicho término como la música que se considera normal y la que no (la minoritaria) dentro de una comunidad juvenil. Si se vuelve a la percepción repetida que en el capítulo uno se abordó, se hayan puntos de encuentro con la única diferencia de que Bourdieu atribuye la percepción repetida a lo propio de un espacio social; Megías y Rodríguez se limitan a un grupo social y de edad como son los jóvenes.

En cuanto a la música que entra en los estándares normales, es la que la estructura del gusto musical reproduce, dejando relegada a la música minoritaria, a la que estereotipan junto con sus escuchas, creando un sistema de diferenciación entre grupos de amigos a quienes les gusta la música normal y quienes prefieren la música minoritaria. A partir de eso, nuevamente se vuelve a la transmisión de la pasión, funciona como un medio para reproducir la estructura en casos como este a la vez que demuestra cómo a pesar de la reproducción de la estructura, la afición puede darse porque es una elección cultural subjetiva.

En las personas jóvenes, la música cobra mucha importancia, pues “parece apunta a una aparente necesidad de gustar o estar interesado por la música como algo consustancial al ‘ser joven’, como algo de lo que se espera de alguien joven”

(Megías y Rodríguez, 2003, p. 251). Ambos autores encuentran que ese gusto es usado como una *barrera cultural* entre generaciones, entonces es una distinción tanto generacional como entre sus semejantes. El paradigma de gusto de Bourdieu que se expuso en el capítulo uno, se aplica en los hallazgos de esa investigación, además, el hecho de estereotipar la música por el hecho de no ser normal puede encontrarse en el trabajo de campo.

Lo visto hasta aquí se resume así: al llevar a cabo la transmisión de la pasión musical, significa que quien lo hace ya se sabe aficionada/aficionado; no hay un parámetro estricto para medir la afición, porque es puramente subjetivo, aunque sí hay prácticas que se esperan encontrar en alguien con una afición musical, que a su vez muestran el discurso político de su entorno y de la música que escuchan:

“abordar las prácticas de escucha, ejecución, gusto, crítica, regulación y normativización en una sociedad de transición entre el antiguo régimen formas de organización políticas modernas se vinculan, con aquellas representaciones que fueron impulsadas desde la esfera discursiva como desde las mismas obras musicales” (Guillamón, 2018, p. 43)

Cuando se enseñan las prácticas musicales, van cargadas de un sentido social, político y cultural gestados en su realidad, a estas, según el criterio de las personas aficionadas, seguramente se les agrega un estilo personal al interiorizarlas como al manifestarlas. La forma en que se enseñan y aprenden no va a significar una imposición sino una apropiación que se resume en transmisión-recepción. Guillamón (2018), agrega a este punto una pregunta importante: ¿qué hacen los sujetos con estas prácticas, ¿qué significados le atribuyen? La interiorización de las prácticas en este proceso, están mediadas por la significación que los aprendices les asignen.

Esta última etapa incide con la etapa de habituación (Aliano, 2016). Delimitar las etapas del proceso de afición es complicado, son etapas sin tiempos específicos que se observan como un mismo fenómeno musical y cultural, porque “la música es un dispositivo que ante todo genera acción. La música, al tiempo que constituyó una realidad social y cultural, habilitó su construcción y consolidación” (Guillamón,

2018, p. 44). Cuando la aficionada/el aficionado llega a esta etapa, su música ha construido su realidad social que es compartida por personas cercanas y que busca seguir compartiendo.

Para concluir, la transmisión de la pasión es una etapa intermitente, la habituación es un conjunto de hábitos susceptibles a evolucionar o ser reemplazados, mismos que el sujeto aficionado practicará durante mucho tiempo de su vida, así que una vez que el sujeto funge de maestro para enseñar su pasión, vuelve a la habituación donde se queda todo el tiempo que dure su afición, intermitentemente se mueve hacia la transmisión de la pasión. Uno de los momentos de la afición más intensos es el instante de revelación que marca el inicio de su gusto mediático, solo se vive una vez, puede recordarse o intentar provocarse el mismo sentimiento durante las etapas dos y tres.

Como se observa, cada etapa del proceso es valiosa, sus características dependerán de los datos que la entrevista a profundidad arroje de cada persona informante, donde se observará cómo es el dialogo entre la estructura y el sujeto para conformar su afición.

### **Capítulo 3. Entrevistas a profundidad de las personas aficionadas al reggaetón**

El objetivo del presente capítulo es interpretar la afición por el reggaetón de las personas informantes en contexto del diálogo estructura-sujeto, para así alcanzar el objetivo general que se ha planteado: comprender la afición musical. En ese sentido se integran dos apartados, primero la metodología y estrategia

metodológica que se usó para la recolección de datos cualitativos, donde se habla sobre la metodología usada, el método, el instrumento y las estrategias. En el segundo apartado se realiza el análisis de los resultados que arrojó el instrumento, a su vez, el apartado se subdivide en más partes que permiten observar a profundidad los planteamientos generados. Como aclaración, a lo largo del capítulo, se hará referencia a las entrevistadas y entrevistados como: personas entrevistadas, sujetos entrevistados o personas informantes.

### **3.1 Metodología y estrategia metodológica**

Esta investigación está basada en la metodología cualitativa, por lo que primeramente se hablará de qué es y en qué consiste. Para Miguel Martínez Miguelez (2004) menciona que la palabra cualitativo refiere a una cualidad, a una naturaleza y esencia de una cosa, deriva de *cualis* que significa qué, cuál. Entonces el interés de lo cualitativo está en responder a la pregunta ¿cuál es la naturaleza de este objeto?, describiendo sus cualidades. También se integra la parte subjetiva que señala Clemente Penalva: “La perspectiva cualitativa nos permite, mediante el lenguaje, enfocar la investigación sobre las cuestiones subjetivas (...) permite la descripción y la comprensión del fenómeno sin renunciar a la explicación que los sujetos dan a su comportamiento” (2015, p. 17), esto significa que las ciencias sociales con enfoque cualitativo ponen en un lugar de mira científica a la subjetividad, la opinión de los sujetos que estudian y viven las problemáticas a las que se intenta dar respuesta, sin olvidar la interpretación de las personas investigadoras.

Para Clemente Penalva (2015), la metodología cualitativa consta de tres pasos: obtención de información, tratamiento y posterior análisis. Dichos pasos se complementan con los componentes que Irene Vasiliachis (2006) considera relevantes dentro de la investigación: datos, procedimientos analíticos e interpretativos diversos para el tratamiento de los datos y el informe escrito. Ella agrega la parte del texto que resulta de todo el proceso investigativo, cabe aclarar



que ese texto no siempre es de carácter estrictamente científico, Miguel Martínez Miguelez (2004), apunta a la literatura alternativa, representaciones visuales y gráficas como parte importante de la escritura científica que deriva de las investigaciones cualitativas.

La investigación nace de un cuestionamiento acerca de un problema -que en la presente tesis aborda la afición musical por el reggaetón- a partir de ahí se inicia la búsqueda de respuestas mediante un diseño de investigación que sirve como guía. Toda la actividad investigativa es cíclica, no lineal, es flexible. La metodología cualitativa responde a significados, contextos, relaciones, movimientos sociales, de forma empírica y recaba datos que pueden denominarse cualidades. Miguel Martínez Miguelez (2004), aclara dos aspectos importantes, el primero, que esos datos no cobran un sentido por sí solos pero no refiere al sentido de rigor científico necesario dentro del proceso investigativo cuando dice esto, sino a la parte subjetiva, toda vez que requieren establecer una relación entre la persona investigadora y quienes leen el trabajo; el segundo, es que dentro de la metodología cualitativa no se formulan hipótesis para comprobarlas, son más bien supuestos provisionales que se van modificando a lo largo de la investigación, aunque, claramente es posible que si la persona investigadora se interesa en comprobar una hipótesis, su investigación sí parte de ella.

Un aspecto vital sobre esta metodología, es lo que menciona Uwe Flick (2002), a pesar de que funge como una generadora de ciencia, actualmente la ciencia ya no produce verdades absolutas sin crítica, para él, las subjetividades de las investigadoras e investigadores son una parte importante dentro de la ciencia que realizan al investigar, se deben escoger métodos y teorías que tengan aplicación empírica, de esta manera, él sugiere trabajar los datos verbales a la par que se debe trabajar con datos visuales.

La metodología cualitativa alberga un conjunto de métodos y técnicas de investigación, uno de ellos es la entrevista a profundidad la cual consiste en buscar informantes con un perfil determinado. Para realizarla se requiere llevar dicha entrevista a modo de conversación, no como un guion de preguntas-respuestas. Se

debe llevar en tantos encuentros como a la persona informante le sea posible, además de crear un vínculo de confianza para que los datos arrojados sean abundantes.

En términos más precisos y según Penalva (2015), una entrevista es un diálogo con preguntas mezcladas, no tiene un carácter formal, quien pregunta y quien responde varía dependiendo del tipo de entrevista que se maneje, se clasifica según la forma de obtener información, número de entrevistados, grado de estandarización y estructuración.

- Obtener información: entrevista cara a cara o por teléfono
- Número: individual o grupal
- Estandarización: cerrada o estandarizada (dentro de la cual se subdivide en abierta programada y no programada)
- No estandarizada, abierta en profundidad
- Informal

En cuanto a la entrevista en profundidad, Penalva (2015) destaca su utilización para la búsqueda de discursos, donde la persona entrevistada suelte la información, la deje correr, al aplicarla se espera comprender una acción social a través del testimonio y contexto social de una persona informante. Lo ideal es que sea un monólogo de quien entrevistamos a tal grado que se sienta completamente libre de hablar, evidentemente crear un clima propicio para llegar a ese punto es fundamental. Los elementos básicos se desglosarán por párrafos a continuación.

El acceso, usualmente el acceso indirecto donde se aprovecha el entorno social del entrevistador es la forma más factible para llegar a su informante ideal, porque de esa forma se nos asegura un compromiso a participar en las sesiones de entrevista, que deben ser varias, esta situación se traduce en una disponibilidad de confianza y tiempo por parte del informante. Cuando el acceso no se funda así, lo más probable es que no se consiga nada, en el caso de esta investigación puede verse comprobado este punto donde se explica la estrategia metodológica.

La interacción persona entrevistadora-entrevistada, donde se reitera la generación de confianza, ambiente agradable, seguro, que Taylor y Bogdan (1992) llaman rapport, provocan que la información fluya. Se debe hablar entonces de los planos institucional y confidencial, donde el primero se presenta al inicio de la entrevista provocando tensión, el plano confidencial relaja la situación. Para enriquecer este punto, Giménez y Millimaci (2006), recomiendan explicar los propósitos de la investigación, el anonimato (o la ausencia de este) para las personas informantes, el uso de las entrevistas, el pago o no por la colaboración y recordar que no se trata de limitar a las personas entrevistadas, se trata de conversar con ellas, de no olvidar que tratamos con seres humanos. Los datos que se recopilen dependen de la adecuada dinámica entre la persona entrevistadora y la entrevistada. Por esta misma razón, la confianza y estrategias que se realicen para lograrla, son muy importantes.

Hay que tener cercanía y distancia, lo que se traduce en pasar tiempo con el entrevistado, tiempo “no productivo” pero necesario a la hora del acercamiento que se quiere tener para realizar las entrevistas. Este tiempo no productivo puede suplirse utilizando los medios virtuales por ejemplo las plataformas de videollamadas, probablemente las aplicaciones de mensajería instantánea o redes sociales debido a que esta investigación se está realizando en contextos de la pandemia de COVID-19, donde para evitar contagios, la cercanía física no es posible.

La adecuación y obtención de información dependen del contexto en que se desarrolla la entrevista los cuales se dividen en dos. Primeramente, el contexto situacional que refiera a la relación social establecida en la entrevista, este punto complementa el anterior sobre la generación de confianza, anonimato, plano institucional y la ética profesional pues al tratarse la entrevista de una especie de confesión (Vallés, 1997) los datos que manejamos son datos sensibles. El contexto convencional son las relaciones lingüísticas, donde hay saberes implícitos que la persona investigadora debe compartir con sus informantes: códigos culturales y reglas sociales; por otro lado, los saberes explícitos: objetivo de la entrevista, contrato oral al que se llega durante esta y la información que se nos ofrece por

medio de cada informante. Se recomienda no preparar el discurso, es decir, no dar demasiada información sobre lo que queremos de la entrevista porque ello implicaría incitar determinadas respuestas y con ello el sesgo de información.

El desarrollo de la entrevista, la duración varía dependiendo del informante, no hay un límite de sesiones, aunque sí de tiempo, debe durar de quince minutos a hora y media, pero también puede durar hasta que se obtiene la información deseada o cuando la persona entrevistada no dispone de más tiempo. Es importante aplicar el recurso de Ruíz Olabuénaga (1999) llamado “lanzadera-embudo”, consiste en ir de lo más general y superficial a lo más concreto y estrecho en cuanto a los temas de la entrevista, se debe recordar que en la entrevista a profundidad se busca la perspectiva de nuestro informante, su visión, su opinión.

Así mismo, prestar atención a inconsistencias, ambigüedades, exageraciones, idealizaciones y proyecciones durante la entrevista. Se debe evitar a toda costa interrumpir al informante, los silencios significan tanto como las palabras puesto que permiten, se podría decir que obligan, a la persona entrevistada a reflexionar e inclusive hablar sobre esa reflexión. Evidentemente dentro de la dinámica donde se desdibuja la formalidad de quien hace preguntas y quien responde porque hablamos de una conversación, llegan momentos en que el informante nos hace preguntas, Penalva (2015) recomienda contestar de forma muy general para no condicionar sus respuestas.

Las intervenciones de quien entrevista tienen la finalidad de acceder a la información deseada, para ello, en repetidas ocasiones debe parecer una persona ingenua, evitando que nuestro informante omita información al darla por sentada. En el momento que sale la información más importante es necesario ahondar en ella sin dar nada por supuesto, es decir: pedir más detalles, aclaraciones, estimular la memoria. Otras intervenciones que Penalva postula son: de interpretación, complementación, silencios, preguntas de aclaración, reformular lo dicho por el informante y eco, donde literalmente se repite lo que el informante dijo.

Como en toda entrevista, los datos visuales son de importancia, la mejor forma de observarlos es grabando las sesiones con consentimiento de cada informante, el problema es cuando no hay un vínculo de confianza que permita plantear la posibilidad o no para grabar en video, en casos como ese, anotar los gestos, movimientos o ademanes con las manos o expresiones faciales del sujeto durante la entrevista es lo recomendable.

Con la razón de que se investiga en esta tesis sobre personas jóvenes habitantes de la zona periférica del oriente de la Ciudad de México (CDMX) y aficionadas al reggaetón, el eje temático es la afición musical, sobre la cual se realizó la siguiente guía que se presenta a continuación en la tabla 2 desglosando dentro de dichos temas, los conceptos centrales que se expusieron durante los capítulos anteriores. Se debe señalar que, debido a la diferencia entre una entrevista y otra, muchas veces los temas fueron modificándose debido a lo que cada informante relató y el orden como decidió relatarlo, que es lo que sucede en una entrevista a profundidad.

**Tabla 2. Matriz**

Concepto	Definición	temas guía
Habitus	Crea practicas producidas en un ambiente social, las cuales son reproducidas y reguladas por los sujetos Brinda medios para apropiarse o no de otras cosas	Lugar donde pasó su infancia, adolescencia y juventud y cómo vivió estas etapas de su vida
		Música que escucha su familia, amigos, vecinos, compañeros de escuela y trabajo
		Circunstancias, situaciones o necesidades en las que llegan a escuchar reggaetón las personas cercanas a ti
		Escolaridad y ocupación de familia cercana
Probabilidades objetivas	Posibilidades con que cuenta el sujeto	Trabajo formal e informal que ha tenido
	Educación	Observar en qué escuelas ha estudiado durante los niveles básico, medio superior y superior
	Trabajo	Ocupación actual
	Movilidad social	Proceso para llegar a ocuparse a eso
	Bienes personales	Observar la distribución del ingreso que lleva a cabo
	Bienes personales/ familiares	Adquisición de objetos o servicios relacionado a la música que te gusta
Capital cultural	Se divide en tres, solo se toma en cuenta el estado	Cómo escuchas reggaetón, por qué, qué características percibes que te gusten y cuáles no

	incorporado: son las formas de actuar, percibir y el gusto	
Capital simbólico	Este último refiere a la significación de personas, títulos o apellidos que se trasfiere a: sus bienes materiales, acciones, prácticas	Significados que le atribuyes al hecho de escuchar reggaetón y que guste a otras personas
		Significados que le atribuyes al hecho de escuchar reggaetón y que te guste
Capital económico	Refiere a las propiedades de una persona que pueden convertirse automáticamente en dinero	Observar, si es posible, la distribución del ingreso que realizan en su hogar
Esperanzas subjetivas	Necesidades	Plan de vida, lo que quieres para ti
	motivaciones	Motivación para seguir adelante
Gusto mediático	Preferencias manifestadas que marcan diferencias entre los sujetos,	Géneros de música te gustan
		Artistas o grupos musicales de tu preferencia
	está influida por el habitus	Canciones favoritas y canciones que te gustan
		Géneros musicales, grupos, artistas y canciones que prefieres y coinciden con los de la preferencia de tu familia, amigos, pareja, compañeros de escuela o trabajo, vecinos
Es una elección cultural que se sostienen en sociabilidad con otros sujetos	Situaciones sociales de escucha, personas con quienes compartes tu música	
Necesidad cultural	La crea el habitus, los sujetos eligen objetos culturales que sacien su gusto	Qué aspectos del reggaetón te llevaron a decirte “esta es la música que realmente me gusta”
Percepción repetida	Por medio de la constante repetición de ciertas músicas que se da en un ambiente social, los sujetos las interiorizan y se apropian de ellas	Imagina que estas en las calles de (mencionar municipio donde vive) y vas a hacer un recorrido por ahí, caminando, en bicicleta o en transporte público, hay tianguis, mercados, deportivos, escuelas, ¿dónde y cuándo escuchas que ponen reggaetón?
Espacio social	Periferia del oriente de la ciudad: Chimalhuacán, Nezahualcóyotl, Ecatepec, Ixtapaluca, Valle de Chalco, Naucalpan	Municipio donde vives
Mediaciones pragmáticas	Medios para captar el objeto cultural (música)	Primera vez que escuchaste reggaetón
		Objetos o servicios que usas para escuchar reggaetón
		Usualmente ¿cada cuando escuchas reggaetón y dónde?
	Forma parte de los efectos que puede producir la música	¿Podrías describirme cada día de tu semana desde que te levantaste hasta que te acostaste poniendo énfasis en la música que escuchaste o pusiste por tu cuenta?
		Procedimiento para la escucha
		Uso de la música para provocarte una emoción, acción, sentimiento
		Definición de reggaetón

	Vinculaciones que unen al sujeto con la música	Características de reggaetón que te hacen querer escucharlo
		Canciones más significativas, menos significativas y las que resultan desagradables
	Redefinen el proceso de acción	Situaciones sociales e individuales en que sueles poner reggaetón
	Crea un lazo subjetivo donde la persona se relaciona consigo misma, implica sentimientos, emociones y percepción	Profundizar en el instante de la vida en que se empieza a escuchar reggaetón
Mediaciones habitus	Codificaciones sociales: habitus	Diferencias si no tuvieras el reggaetón en tu vida
		Descripción de etapa de tu vida donde comenzaste a escuchar reggaetón, con quiénes lo hacías, con quienes lo haces actualmente, con quienes no y porqué
Subjetividad	Proceso donde cada persona se relaciona consigo misma, implica percepción, emociones, sentimientos y pensamientos	Significación que otorgas a tu música
		Lugar que le otorgas al reggaetón durante esta pandemia
		Preferencia por la escucha socializada o la individual
		Decodificación de las letras de las canciones que escuchas: qué significan para ti, qué piensas sobre ellas, qué te gusta
		Lo que no gusta del reggaetón
Iniciación	Inicio de la escucha, se ve marcado por el instante de revelación	Nombre de la primera canción que te hizo enamorarte del reggaetón, ¿qué te gustó de ella?
Habitación	Se compone de prácticas que desarrollan el gusto mediático, la escucha. Involucra la escucha socializada e individual	Descripción de la etapa de tu vida en que comenzaste a escuchar reggaetón
		Cómo, cuando, con quiénes y para qué lo escuchabas
		Opinión de las canciones de reggaetón que ha escuchado en cuanto a letra, ritmo, melodía y cantantes
	Escucha socializada: se refiere a la escucha que se realiza entre dos o más personas. Existen dos tipos, la colectiva y la de pareja	Personas de confianza para compartir tu música
Transmisión de la pasión	Última etapa de la afición donde la persona infunde su gusto musical en otra persona	Diferencias que hay entre escuchar tu música con una persona más, con varias personas y tú solo
		Recomendaciones a más personas para escuchar reggaetón
		Personas cercanas a ti o conocidas que han influido en otras personas para que también les guste el reggaetón, ¿cómo lo hacen?

Fuente: Elaboración propia con los conceptos planteados en los capítulos 1 y 2

Dentro de la estrategia lanzadera-embudo, es importante tener a la mano preguntas sensibilizadoras “para hacer las preguntas más fructíferas, que despierten sus recuerdos y le permitan explayarse sobre los temas” (Giménez y Millimaci, 2006, p. 191), siempre teniendo en cuenta la ética, por eso es necesario

establecer un vínculo con la persona entrevistada y más allá de saber con qué preguntas van a explayarse, saber qué preguntas no hacer

La codificación, que es lo que le sigue a la transcripción, debe realizarse en contextos de la teoría que se planteó en un primer momento y como base de la investigación. Finalmente, el análisis de los datos, donde es de vital importancia comprender la visión, subjetividad y la vida de la persona informante. Giménez y Millimaci (2006, p. 201) recalcan que, al momento del análisis e interpretación, debemos saber que estamos ya ante una primera interpretación: la de la persona entrevistada. Igualmente, cuando en la entrevista se decide o no profundizar sobre ciertos temas, se está realizando una interpretación, dicen los autores.

En cuanto a las estrategias utilizadas para la realización de entrevistas, contacto con las y los informantes y dinámica de interacción, debido a la pandemia de COVID-19 que propició el confinamiento, las sesiones de entrevista no se realizaron presencialmente sino en la plataforma de videollamadas de Meet y WhatsApp. Las estrategias que se usaron para contactar y posteriormente conseguir las entrevistas fueron las siguientes:

- Se intentó realizar bola de nieve con uno de los informantes con el cual se tenía contacto desde hace años, pero no fue posible pues las personas que él intentó conseguir, no se vieron dispuestas a brindar la entrevista.
- En un grupo feminista de Facebook se publicó un estado donde se convocaba a quienes cumplieran los requisitos (edad, habitar en ciertos municipios del Estado de México, disposición para brindar la entrevista y que les encantara el reggaetón), a ser entrevistadas y también se les solicitó su ayuda para compartir el estado y que más personas pudiesen verlo, para ampliar las posibilidades de conseguir entrevistas, no hubo interacción alguna con este estado, fue ignorado
- Se mandó mensaje a una de las administradoras del grupo que, afortunadamente también era amiga de Facebook, quien accedió a publicar ella misma mi estado en el grupo feminista. Esta vez sí hubo interacción y a



raíz de ello llegó una persona del grupo aceptando la entrevista; el día acordado, no se presentó a la sala de Meet

- Se procedió a publicar el estado en la cuenta personal de Facebook, donde se consiguieron dos informantes, que accedieron a brindar las sesiones de entrevista.
- Igualmente, en WhatsApp se publicó un estado solicitando compartir o sugerir a sus contactos a participar siendo entrevistados, gracias a ello llegaron otros tres informantes.

Solo tres de los seis informantes pudieron brindar más de una sesión de entrevista; pese a ello, cuando era necesario preguntar algún dato que se había olvidado preguntar durante la entrevista o bien que no hubo oportunidad de abordar, se utilizó Messenger y WhatsApp para hablar sobre ello por medio de mensajes con todos los informantes, lo cual resultó benéfico pues se generó confianza, hubo libertad de tiempo para que contestaran cuando les era posible y se generó una buena interacción.

A los informantes que fueron contactados por medio de Facebook, se les mandó solicitud de amistad, solo dos aceptaron, la otra que no aceptó sí se dispuso a contestar los mensajes que se mandaban cuando era necesario obtener más información. De esta forma también se averiguó sobre el uso que le dan a reggaetón en esta red social, que pese a ser aficionados, no significó inundar sus cuentas de Facebook con reggaetón.

Pese a que se recabaron seis entrevistas, únicamente cuatro conforman la población delimitada, la razón por la que los otros informantes no conformaba la población es: uno de ellos no es una persona aficionada, el otro no vive en la periferia de la ciudad. Se ha decidido integrar los datos recabados de dichas entrevistas con la finalidad de enriquecer la investigación, así como los objetivos e hipótesis planteada. Los datos del informante 6 (quien no es aficionado) no se exponen en todos los apartados puesto que, al no ser una persona aficionada al reggaetón, no fue posible obtener los datos sobre el proceso de afición. En el

siguiente subcapítulo se procede a exponer los resultados que arrojó el instrumento.

### 3.2 El reggaetón en las personas aficionadas

Se realizaron cinco entrevistas a habitantes de Chimalhuacán, Naucalpan y Chalco del Estado de México y Xochimilco e Iztacalco en la CDMX. En la tabla 3 se describen las características generales, cabe agregar que se utilizó la infografía como herramienta para la exposición de los datos recabados de cada entrevista que se realizó a modo de línea del tiempo y se encuentran en el anexo 1. Para exponer los resultados que arrojó el instrumento, se desglosarán en lo siguiente: habitus y espacio social, probabilidades objetivas y esperanzas subjetivas, necesidad cultural, afición como gusto mediático, proceso de afición, mediaciones-habitus y mediaciones pragmáticas.

**Tabla 3. Datos generales de personas entrevistadas**

	Municipio/ delegación	Sexo	Edad	Escolaridad
1	Iztacalco	M	25	Universidad
2	Naucalpan	F	21	Universidad
3	Chimalhuacán	F	23	Universidad
4	Chimalhuacán	F	20	Universidad
5	Xochimilco	M	22	Universidad
6	Valle de Chalco Solidaridad	M	20	Universidad

\*Fuente: elaboración propia, datos tomados de las entrevistas recabadas

Recapitulando, la afición por el reggaetón es un gusto mediático donde el sujeto pasa por un proceso que implica subjetividad y mediaciones, las cuales hay de dos tipos: mediaciones habitus y mediaciones pragmáticas. Dentro de las mediaciones habitus se encuentra el espacio social, las probabilidades objetivas y esperanzas subjetivas. Esta afición musical da respuesta a la necesidad cultural de las personas, además, dicha afición es producto de un diálogo entre la estructura y el sujeto. Esto lleva a afirmar que si bien puede definirse la afición como las características que tienen las personas aficionadas, es más complicado definir

propiamente a las personas aficionadas. En las conclusiones se desglosará el por qué.

### *3.2.1 Habitus y espacio social*

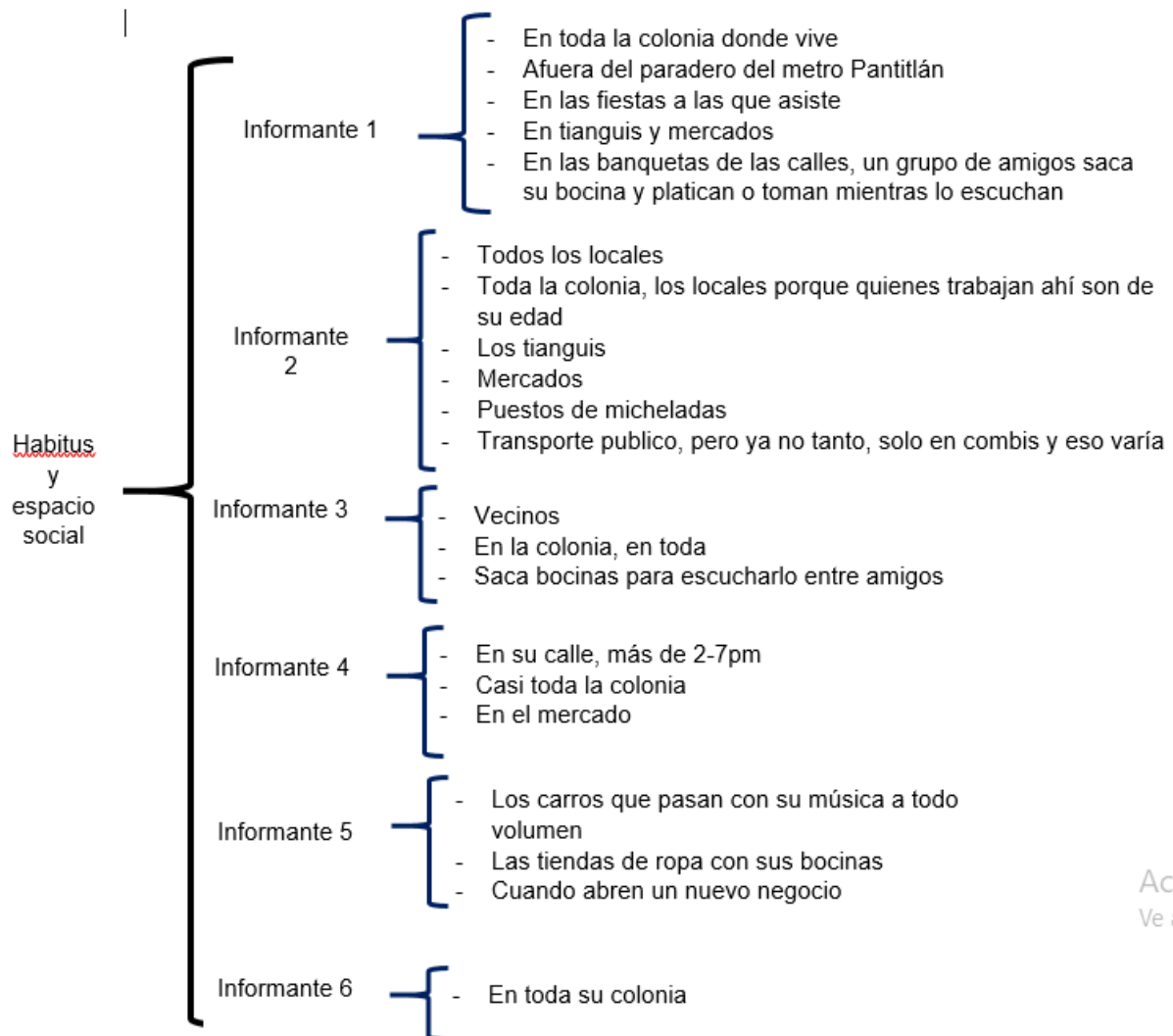
La forma en que cada persona entrevistada describe el paisaje sonoro de los lugares que pertenecen a la periferia del oriente de la CDMX, es muy similar en todas las entrevistas menos en el informante de Xochimilco, pues vive en la ciudad, propiamente hablando. Aun así, como se había ya planteado, el reggaetón se encuentra dentro de ese paisaje sonoro, en sus cotidianidades y aun durante el confinamiento, nótese en el mapa 1.

Las personas entrevistadas coinciden en que el reggaetón se escucha en la calle y la colonia donde viven. A excepción del informante 5, el resto viven en la periferia, donde hay barrios, colonias, fraccionamientos y hasta ejidos, en este caso se refirieron al lugar donde viven como colonias, en ellas hay calles, a lo largo de ellas se ubican las casas de las personas, hay quienes dentro de sus casas ponen sus bocinas con música a todo volumen, esto ocasiona que la música se escuche a algunas casas de distancia. Dependiendo de las actividades para las que se ocupe la música en cada casa, es el horario en que se escucha el reggaetón en las calles, usualmente es más común que sea durante la mañana o la tarde, a demás por lo observado en Chimalhuacán, es más común que sea en un clima soleado. Solo cuando hay fiestas de carpa es cuando ponen música toda la noche y la madrugada en bocinas gigantes para que la música retumbe hasta varias calles de distancia.

Se les ha denominado fiestas de carpa a aquellas que se realizan los fines de semana por la noche para recibir a las personas invitadas. La familia que organizó la fiesta alquila una carpa cuyo tamaño es suficientemente grande para cerrar un tramo de la calle impidiendo que circulen peatones, bicicletas motocicletas y autos particulares, no es común que saquen permisos para cerrar la calle, aunque sí hay quienes lo hacen. Dentro de la carpa se instala un sonidero que es el encargado de

poner la música, cuando no se alquila el sonidero, la misma familia consigue bocinas para poner la música.

### Mapa 1. Presencia del reggaetón en sus colonias



\*Fuente: elaboración propia, datos tomados de las entrevistas recabadas

En las calles de las colonias pueden encontrarse pequeños locales de negocios, pero es usual encontrar esos locales y puestos en las avenidas. Cuando un nuevo negocio, puesto o local abre, contratan sonideros, son personas que alquilan equipo como bocinas, micrófonos, cables, luces, se dedican a poner música a todo volumen y dar anuncios sobre ese nuevo negocio. Cuando no contratan sonideros, sacan bocinas para poner música en un volumen muy alto. Ambas acciones se

realizan para llamar la atención de posibles compradores. Hay locales como son los que venden ropa, tacos, bebidas alcohólicas, cibercafés, que desde que abren por las mañanas ponen música hasta que cierran por las tardes-noches, así continúan durante sus días laborales con el fin de atraer clientela o mantener un ambiente agradable para sus clientes. Hay algunos locales que no hacen esto.

En cuanto al transporte público, puede variar porque hay zonas donde pasa el Metro, Mexibús, RTP, y Metrobús, lo que sí comparte toda la periferia es que circulan las peceras<sup>3</sup> o combis, los microbuses, bicitaxis y mototaxis, donde es frecuente que pongan música a gusto del conductor. Durante ciertos días se establecen los tianguis: un conjunto de puestos desmontables donde ofrecen comida, verduras, carne, ropa, zapatos, plantas, juguetes, postres, botanas, animales domésticos, CD's musicales y muchos otros productos. Ahí suelen poner música a todo volumen y quienes venden gritan ofreciendo sus productos. Los tianguis no suelen establecerse en el mismo lugar dos días seguidos, pero sí tienen un lugar fijo para los días de la semana en que se establecen para vender. Hay lugares fijos donde se realizan actividades de compraventa, estos son los mercados, dentro igualmente hay locales que desde que abren, ponen música para traer clientes.

La periferia que se encuentra en Chimalhuacán, Chalco, Iztacalco, Naucalpan y la parte de la ciudad que representa Xochimilco, incluyen el reggaetón como un ingrediente importante del paisaje sonoro, por lo tanto, está muy presente para sus habitantes. La toma sonora del espacio público es común. En las banquetas de las calles, grupos de amigos jóvenes suelen sacar sus bocinas para poner su reggaetón a todo volumen o bien los vecinos que ponen la música en un volumen alto y en consecuencia se escuche en las casas aledañas, también está el caso de quienes conducen un auto o motocicleta particular, porque mientras conducen, ponen su reggaetón con volumen igualmente alto.

Para hablar más ampliamente del paisaje sonoro y el habitus, en la tabla 4 se resume la forma en que cada sujeto entrevistado describe cómo el reggaetón ha

---

<sup>3</sup> Transporte público que se popularizó durante finales de 1970 en la Ciudad de México y la periferia, consisten en camionetas, pero se les dio el nombre de "peseras" porque su tarifa inicial fue de un peso (\$1.00). Pese a que la tarifa ha cambiado de precio, se les sigue conociendo como peseras.

estado presente en sus espacios sociales, la percepción repetida del reggaetón forma parte de la estructura, pero no es sino hasta que vivieron su instante de revelación, que su gusto mediático por el reggaetón nació.

**Tabla 4. Paisaje sonoro en espacio social**

Espacio social	Música latina	Otras músicas
En la familia	Reggaetón Hip-hop Reggae Salsa Banda Corridos Danzón Música regional mexicana Pop en español	Rock Blues Académica (clásica) Electrónica Pop de los 80's
Con amigos/ amigas	Reggaetón Rap Pop en español Salsa Banda	Rock Pop en inglés Electrónica
En el trabajo	Reggaetón Reggae Trap Banda	Rock Electrónica Pop
En la escuela	Reggaetón Pop en español Banda	Rock Pop en inglés
Vecinos	Reggaetón Banda	
Redes sociales, Streaming y otros*	Reggaetón Hip-hop Rap Rap en español Pop en español Trap Salsa Cumbia Bachata Banda Música de sonideras	Pop en inglés

\*Incluye: You Tube, Spotify, Facebook, Instagram, Meet, Zoom, WhatsApp

Fuente: Elaboración propia con información de las entrevistas

Cuando se platicó con los y las informantes sobre las diferentes músicas que escuchaban en sus espacios sociales, fácilmente pudieron englobar la salsa, cumbia, bachata, danzón, música tradicional o folclórica mexicana con lo que denominaron “ritmos latinos”. Probablemente la musicología esté de acuerdo con lo que va a plantearse en cuanto a que es ambiguo hablar sobre ritmos latinos como concepto pues habría que hacerse una revisión sobre la rítmica y métrica musical

que se ha dado en América Latina además de especificar si México está incluido dentro de dicha área geográfica.

Carmen Bernan (2009) señala que las industrias culturales junto con Estados Unidos durante el siglo XX terminan denominando “música latina” a ello que las personas informantes denominan ritmos latinos. La autora prefiere denominar dicha música como música criolla, músicas latinas o músicas mestizas debido a la carga histórica de mestizaje, nacionalismo identitario, ideología, la globalización de sonidos entre África y América, por lo que se englobarán los géneros de banda, rap, cumbia, salsa, bachata, reggaetón, trap, hip-hop, música tradicional mexicana, danzón, corridos, pop en español y baladas como músicas latinas.

Hay una diferencia generacional entre los gustos musicales de la familia y los gustos musicales de los amigos de los y las informantes. Dentro de la familia predomina el gusto por la banda, la salsa, música regional mexicana, pop de los 80’s, la música académica, el blues y el rock que pese a ser englobados como “familia” en la tabla, son gustos propios de los padres, por lo tanto, esas músicas se escuchan en sus casas, en sus fiestas o reuniones familiares y que las personas informantes están acostumbradas a escuchar porque viven dentro de ese ambiente sonoro. La razón de que el reggaetón también esté incluido dentro de la sección que corresponde a la familia es que se comparte solo con primos y hermanos de las mismas edades de los sujetos informantes.

Megías y Rodríguez (2003) dicen que la música sirve como una barrera entre generaciones, no es un impedimento para compartir la escucha entre generaciones, aunque si influye en qué tanto gustan para las personas jóvenes que sirvieron de informantes, porque, aunque compartan la escucha con sus padres, no afirman ser aficionados a todas esas músicas. En cambio, los gustos musicales de sus amigos y amigas son ampliamente compartidos, es música famosa entre ellos: el hip-hop, pop en español y en inglés, reggaetón, banda, rap, trap y rock. En todos los casos, son el primer espacio donde algunos informantes se enamoraron del reggaetón y donde se gestan sus aficiones.

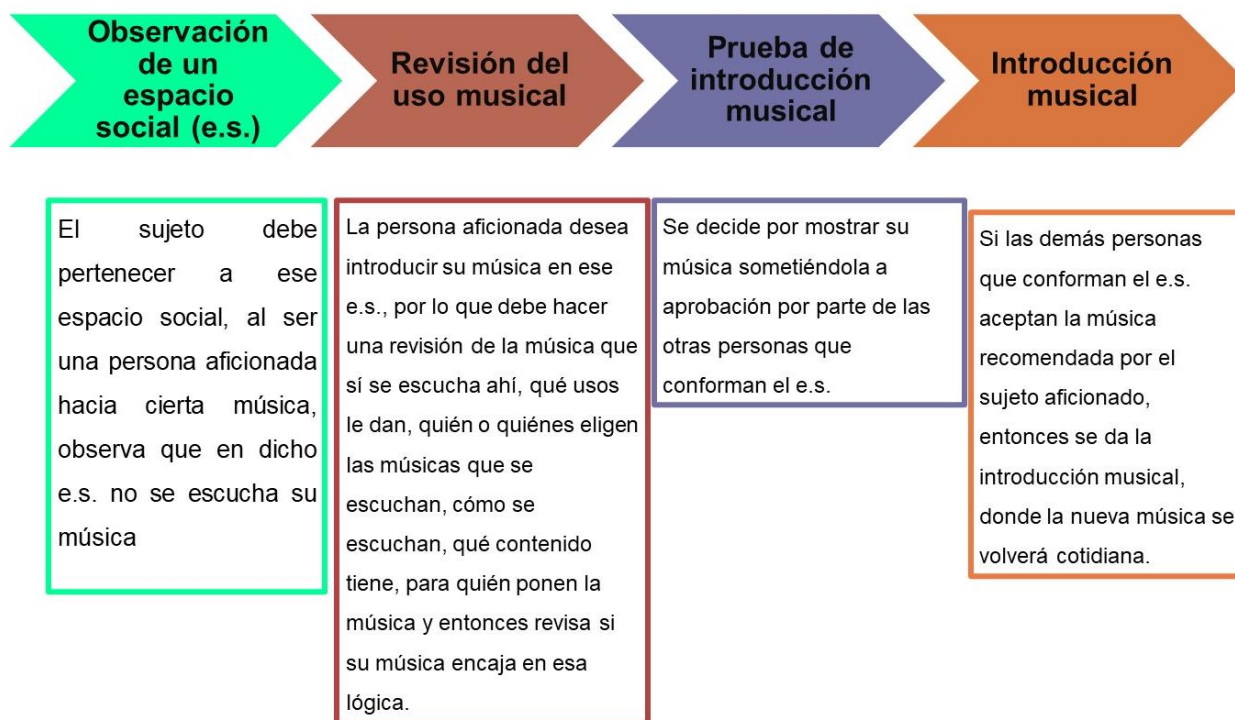
Por esta situación, la percepción repetida en la familia, no hizo efecto en la reproducción de géneros musicales que según la lógica del gusto como habitus debían escuchar los sujetos informantes ya que no comparten exactamente el mismo gusto, pero los ritmos, melodías y contenido de las canciones de los géneros de sus padres, sí educaron el oído de cada informante puesto que, al ser cautivados/ cautivadas por el reggaetón, están reflejando características musicales que aprendieron y buscan en los distintos géneros de música para saciar su necesidad cultural.

El reggaetón inicia impregnando uno de los espacios sociales de los sujetos informantes, como parte de su proceso de afición, esta música comienza a impregnar el resto de dichos espacios. Es importante observar cómo las personas aficionadas sí consiguen que su música forme parte de sus espacios sociales, hay una necesidad implícita de que así sea, pero siempre se mantiene en equilibrio con los contextos tan diferentes. Para considerar que los y las informantes lograron introducir su reggaetón en sus espacios sociales simplemente se observó lo siguiente: pueden poner reggaetón en esos espacios sin que alguien les impida hacerlo, se integra a los géneros musicales que en ese lugar se escuchan cotidianamente. En el mapa 2 se realizó una representación gráfica de lo que se ha denominado *introducción musical*.

La práctica de introducción musical que realizan las personas aficionadas tiene un tiempo que varía, como puede hacerse el mismo día que la persona llega a un nuevo espacio social, como puede tardarse días, semanas, quizá más tiempo. En todo caso será decisión de la persona aficionada el trabajar para introducir su música o no. Según los datos que se recabaron de las entrevistas, esta es una práctica que realizaron los y las informantes sobre todo en Espacios sociales con sus amigas/amigos, en sus casas, con sus hermanas/hermanos o familiares de su edad, logrando introducir el reggaetón con éxito por cuestiones de los gustos musicales generacionales que se tocaron en párrafos anteriores.



## Mapa 2. Introducción musical



\*Fuente: elaboración propia, datos tomados de las entrevistas recabadas.

La introducción musical como parte de las prácticas que gesta la afición musical se diferencia de la transmisión de la pasión porque esta última se realiza de persona a persona: el sujeto aficionado a una persona que no es aficionada a su misma música. La introducción musical lidia con un Espacio Social conformado por más personas, donde se tiene la costumbre por cotidianidad de escuchar ciertos géneros musicales que no son el reggaetón (en este caso), es por lo que cuando se logra introducir un nuevo género musical se debe observar las posibilidades, el contenido, el uso y demás que está explicado en el mapa 2, se hace una revisión del uso musical.

Sin embargo, no significa que esta práctica sea llevada metódicamente como probablemente sugiere el mapa 2, la intención con la representación gráfica es simplemente codificar esa práctica y representarla visualmente. Ninguna práctica que nazca de la afición musical la realizan los sujetos aficionados con rigor metódico, por lo cual, aunque se teorice sobre ello como en esta tesis, no todas las personas aficionadas necesariamente van a reproducir las mismas prácticas y

aunque lo hicieran, no es de la misma forma porque son sujetos sociales, porque generan vínculos subjetivos en contextos específicos.

Volviendo a la tabla 4, Los lugares virtuales donde los aficionados y aficionadas mencionan que escuchan, comparten, descubren, se informan sobre reggaetón, son: Facebook, WhatsApp, YouTube, Spotify, Meet, Zoom, videojuegos en línea e Instagram. La razón de que los videojuegos en línea junto con las plataformas de videollamada (Zoom y Meet) sean medios para socializarse el reggaetón entre personas jóvenes, es que, en esos lugares, las formas de platicar, jugar, socializar, incluyen reggaetón de fondo. De esa forma, si alguna de las personas de la reunión (de juego y de videollamada) pone una canción de reggaetón nueva, se pondrán a hablar de ello, se mostrarán canciones similares, la criticarán, reflexionarán sobre la letra, la melodía y la voz del cantante, se recomendarán páginas en redes sociales dónde buscar canciones o contenido de cierto artista y aprovecharán el algoritmo de YouTube o Spotify para descubrir canciones parecidas.

### *3.2.2 Probabilidades objetivas*

Para abordar las probabilidades objetivas se observó dentro de la trayectoria de vida de los sujetos informantes los trabajos formales e informales, las escuelas donde tuvieron oportunidad de estudiar los niveles básicos (comprenden el kínder, la primaria y secundaria), nivel medio superior (preparatoria) y nivel superior (Universidad), la ocupación actual, la ocupación de los padres, escolaridad de los padres, la distribución que hacen de sus propios ingresos económicos, sobre todo si con ellos adquieren objetos o servicios para consumo musical.

A pesar de que los informantes viven en la periferia de la Ciudad, la movilidad social que se ve dentro de las probabilidades objetivas es diferente para cada uno, en la tabla 5 se muestran los trabajos que han tenido a lo largo de su vida, donde predominan los trabajos informales que se realizan cerca de donde viven. Los

trabajos formales sí fueron en un lugar más lejano a su lugar de residencia, solo los llevaron a cabo en los intervalos donde no estaban estudiando la universidad ya que tenían la disponibilidad de horario que se requería.

**Tabla 5. Probabilidades objetivas**

Inf.	Ocupación	Trabajos que ha tenido	Escolaridad de padre	Ocupación de padre	Escolaridad de madre	Ocupación de madre
1	Egresado de licenciatura, jugador de futbol y trabajador informal	Tallerista del INJUVE futbolista, telefonista y bolero	Preparatoria	Policía	Primaria	Ama de casa
2	Estudiante de licenciatura: administración	Ninguno	Universidad	Jubilado y músico	Universidad	Jubilada
3	Estudiante de licenciatura: derecho	Mesera	Secundaria	Bombero	Preparatoria	Comerciante
4	Estudiante de licenciatura: administración	Obrera	Secundaria	Comerciante	Primaria	Empleada doméstica
5	Estudiante de ingeniería: Sistemas computacionales	Bailarín de academia de XV años	Universidad	Jubilado	Preparatoria	jubilada

\*Fuente: elaboración propia, datos tomados de las entrevistas recabadas

Cuando entran a estudiar la universidad, si requieren seguir trabajando para suplir algunos de sus gastos personales, entonces buscan un trabajo informal, flexible, cercano al domicilio o bien en un horario que funcione sin interrumpir el horario que deben cumplir con la universidad. Entonces, quienes han tenido trabajos, pese a afirmar que trabajan por mantenerse ocupados, también lo hacen para: ayudar económicamente a su familia, cubrir sus gastos de consumo musical en plataformas de paga (Spotify), comprar objetos que necesitan y completar el gasto familiar. En el caso del informante 1, su trabajo de jugador de futbol lo realiza, además de para cubrir sus gastos personales, porque le gusta dicho deporte.

Tal como ya se abordó en el capítulo uno del presente trabajo, estas probabilidades se ven directamente relacionadas con el habitus. La ocupación de los padres influye en: la necesidad o no de trabajar; la razón de trabajar; los trabajos que han realizado; el sector formal o informal donde han trabajado y sus condiciones; en las actividades que realizan en su cotidianidad como son la escuela, el trabajo,

las actividades de recreación, cuáles y cuántas de estas actividades han llevado simultáneamente y por qué; las escuelas nivel preparatoria y universidad donde los sujetos tuvieron acceso para estudiar, cuántas dificultades enfrentaron para ingresar a los niveles medio superior y superior.

En la tabla 6 se resumen las cinco trayectorias que conforman las probabilidades objetivas de las personas entrevistadas, nuevamente se hace hincapié en que la condición que se genera con la escolaridad y ocupación de sus padres, afecta directamente las distintas trayectorias de cada informante, quienes notaron el escenario de complicaciones que se originaron o bien, se pudieron originar a raíz de no seguir con los estudios a nivel superior, no ser seleccionados por la universidad de su preferencia, la correcta elección de la licenciatura y la necesidad o ausencia de esta de completar el gasto familiar manteniendo económicamente sus estudios ya sea en el nivel medio superior o superior.

**Tabla 6. Trayectorias y probabilidades objetivas**

Inf.	Nivel educativo	Escuela	Estatus	Edad de ingreso	Actividades simultáneas
1	Secundaria	Pública	Terminado	12 años	Jugar futbol
				15 años	Tallerista del INJUVE
	Preparatoria	Bachilleres	Terminado	15 años	Jugar futbol
	Universidad	FES Aragón	Terminado	20 años	Jugar futbol Recepcionista de papelería
2	Escuela de iniciación artística	INBA n.4	Terminado	9 años	-
	Secundaria	Pública	Terminado	12 años	-
	Técnico profesional en música	Conservatorio Nacional de Música	Terminado	13 años	-
	Preparatoria	CCH	Terminado	15 años	Cursos de baile Tweking
		Conservatorio Nacional de Música	Terminado		
Universidad	Facultad de Contaduría UNAM	En curso	18 años	-	
3	Preparatoria	Preparatoria Anexa a la Normal	Terminado	15 años	-
	Universidad	UAEM	En curso	20 años	Prácticas profesionales

4	Preparatoria	CETIS	Terminado	15 años	Trabajo de mesera
	Universidad	UTN	En curso	19 años	Trabajo de mesera
5	Preparatoria	Escuela Nacional Preparatoria 5	Terminado	15 años	Trabajo en una academia de baile
	Universidad	Facultad de Estudios Superiores Aragón	En curso	18 años	Ejercicios de entrenamiento físico

\*Fuente: elaboración propia, datos tomados de las entrevistas recabadas

Todos los sujetos informantes afirman haber estudiado en la preparatoria que eligieron, así mismo con sus trabajos -en caso de haber trabajado- y las actividades que llevaron simultáneamente; pero la elección se hace en un contexto social donde las herramientas dadas por el entorno, les permitieron elegir según las preferencias, hábitos, necesidades, lógicas y probabilidades objetivas a las que tenían que dar respuesta.

En el caso de los estudios de nivel superior, a pesar de que hay sujetos informantes que estudian en universidades de prestigio en el país como son la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), para ingresar a estas, nuevamente el factor económico, cultural, demográfico y social que implica el hábito, fueron determinantes. Por supuesto el papel del reggaetón está muy presente, tanto así que significó un factor subjetivo importante para decidir si continuar estudiando o no, qué carrera estudiar, qué hacer en el tiempo en que no fueron seleccionadas/seleccionados en el examen para la universidad y cómo usar su música para enfrentar emocionalmente los problemas que vivieron.

Las actividades simultáneas muestran cómo los sujetos informantes que tuvieron dificultades para empezar a estudiar la universidad y cuyos padres no tienen escolaridad universitaria, trabajan al mismo tiempo que estudian. No llevan a cabo actividades de recreación relacionados con cultura, arte o deporte. En cambio, quienes ingresaron al nivel superior con pase directo desde la preparatoria y tienen padres universitarios, sí realizan actividades de recreación, no se ven en la necesidad económica de trabajar.

### 3.2.3 Esperanzas subjetivas

Si se vuelve a la tabla 5 y se compara con la tabla 7, es posible afirmar que las esperanzas subjetivas están mediadas por las probabilidades objetivas con que cuentan actualmente, en este caso lo principal es ejercer sus carreras universitarias en un trabajo formal. Las motivaciones son diferentes y las redirigen a sus contextos.

Como puede notarse, ninguna de las personas informantes tiene entre sus esperanzas subjetivas algo que sea inalcanzable, están determinadas por los habitus. Pese a que los informantes 1,3 y 4 no tienen madres o padres cuya escolaridad sea universitaria, sí lograron, con su apoyo, ingresar a estudiar la universidad, la cual les ha permitido ampliar sus probabilidades objetivas como sus esperanzas subjetivas. Estos tres informantes coinciden en tener una trayectoria conflictiva para lograr ingresar al nivel superior pues hicieron más de dos intentos de examen de selección, además han tenido que trabajar ya sea mientras entraban a la universidad, para valorar sus estudios, completar el gasto del hogar, y/o para mantenerse ocupados durante la pandemia.

**Tabla 7. Esperanzas subjetivas**

Inf.	Ocupaciones deseadas	Motivaciones
1	Trabajar en una delegación	Crecimiento personal y profesional, independencia Ejercer la licenciatura que estudió
	Trabajar en el sector social, en una dependencia de gobierno	
2	Ejercer la Administración en un trabajo formal	Crecimiento personal y profesional
3	Poner un despacho jurídico	Independencia, crecimiento profesional y personal
4	Ejercer la administración en un trabajo formal	Gratitud hacia los esfuerzos de sus padres, deseo de pagarles de alguna forma todos sus esfuerzos Crecimiento personal, profesional, Independencia
5	Ejercer su carrera en un trabajo formal	Crecimiento personal, profesional, Independencia

\*Fuente: elaboración propia, datos tomados de las entrevistas recabadas

Aunque entre sus esperanzas está muy presente la estabilidad económica al aspirar a un trabajo formal, la motivación no es la misma: hay quienes no consideran a sus padres directamente, hay quien sí lo hace. Volviendo a la tabla 4, los sujetos informantes que no consideran a sus padres como motivación para estimular sus esperanzas subjetivas, es porque observan las ocupaciones más o menos estables de sus padres o madres (económicamente hablando). Por eso, dentro de las esperanzas subjetivas de los informantes 2 y 5 cuyos padres actualmente son jubilados, está más presente el crecimiento personal, la independencia, el ejercicio de sus carreras universitarias y la preocupación por dedicarse a una actividad laboral que les satisfaga personal como profesionalmente. Para concluir este punto, solo dos informantes tienen claro actualmente en qué trabajar, a qué dedicarse, el resto simplemente desea ejercer sus estudios.

#### *3.2.4 Necesidad cultural*

En la tabla 4, se habla sobre la música que conformaba el paisaje sonoro de los ambientes sociales de las personas entrevistadas, la necesidad cultural que les es creada por el habitus les sugiere opciones de gustos musicales entre los que se encuentran los gustos de las personas que conforman sus ambientes sociales: la familia, amigos, compañeros de escuela, trabajo y vecinos. En todos los casos eligieron el reggaetón de entre las posibilidades mencionadas, antes de profundizar en este proceso que los lleva a convertirse en personas aficionadas, se debe aclarar que la construcción de las preferencias es un fenómeno social-cultural muy complejo que fue posible observar en algunos aspectos durante esta investigación. Para ilustrarlo mejor, se presenta en la tabla 8.

El hecho de que sean personas aficionadas no significa que tengan el reggaetón en un pedestal, que lo idolatren o idealicen, por lo tanto, sí hay aspectos que no les agradan de este género musical como también hay más géneros musicales que les gustan y que cumplen justamente con los aspectos que sacian su necesidad cultural hacia la música: banda, trap, reggae, Hip-hop, salsa, duranguense, pop de

los años 80's, pop latino y en inglés. Se debe hacer un paréntesis aquí, ya se había mencionado en el capítulo 2 de esta tesis que la escucha es una parte importante de la afición, pero la afición es un gusto mediático que origina una creación de lazos subjetivos que se integran en su necesidad cultural. Por eso el reggaetón se encuentra en sus ambientes individuales, sociales, en sus tomas de decisiones, en sus momentos de intimidad, de felicidad, tristeza y conflicto, porque las personas aficionadas sienten el deseo de tenerlo cerca de ellas, lo necesitan, así como necesitan gritarles a las demás personas que están enamoradas de esa música y que si se dan la oportunidad de escucharlo no se van a arrepentir.

Aspectos musicales	Lo que agrada	Lo que no agrada
De contenido	Letras no monotemáticas	Letras monotemáticas
	No en todas las letras sexualizan a las mujeres	Letras obscenas, misóginas y machistas
	Inclusión de temas sobre lo romántico, la fiesta, la diversión, los amigos, el empoderamiento femenino	
Rítmica	Ritmo atractivo Es música latina	-
	Músicaailable, de carácter alegre, relajante	
Efectos sonoros	Efectos musicales de las canciones	Demasiado Auto-Tune en las voces de los cantantes
	Articulación de las voces en las canciones	
Subjetividad hacia la melodía	Crea un ambiente individual de relajación, disfrute, alegría y energía	Sentimiento de vergüenza, molestia o represión por causa de los estigmas
	Crea un ambiente sociable, de diversión y de relajación	



	Provoca sentimiento de felicidad, energía, alegría, satisfacción	hacia el reggaetón y sus escuchas
	Evoca nostalgia y sentimientos satisfactorios	

\*Fuente: elaboración propia, datos tomados de las entrevistas recabadas

Sin embargo, cuando un género de música *gusta*, se integra a alguna parte de nuestra cotidianidad porque agrada; no significa que se sienta la necesidad de integrarla en momentos de conflicto, de intimidad, mucho menos se siente el deseo tan grande de fungir como un evangelizador musical hacia otras personas simplemente significa que gusta, eso es diferente de estar enamoradas/enamorados de esa música. La forma que tome ese amor, ese gusto mediático, es diferente en cada persona aficionada. La constante es el proceso de afición.

Retomando el hilo, dentro de los aspectos desagradables del reggaetón para las y los informantes se encuentran: las letras machistas, misóginas, de violencia sexual hacia las mujeres y monotemáticas. Pese a que el reggaetón tiene contenido diferente en sus letras, las personas informantes coinciden en que, con frecuencia, hablan sobre sexo, relaciones amorosas, romance, violencia sexual u obscenidades, pues es “lo que vende”, como dicen los informantes 1,2 y 5. Todas las personas informantes afirman que en repetidas ocasiones ignoran la letra, concentrándose solo en el ritmo y la melodía, ambos aspectos son los que más gustan.

La informante 2 es la única que no siente como tal un desagrado con respecto a las letras, durante la entrevista comentó que canta sin problemas la letra sea cual sea pues se concentra más en el ritmo y los efectos sonoros. Lo incómodo para ella ha sido la llegada del reggaetón-pop, sobre el cual menciona lo siguiente:

“Ah... lo que no me gusta no es tanto como algún artista, sino que ahora que sí ya se ha dado más a conocer el género, es que tal vez otras personas que no son del género (que eran poperos), intenten como cantar o hacer algunas de sus canciones que ya tenían, en este género (el reggaetón). Eso es lo que me incomoda porque pues conocemos de una forma esas canciones o a esos artistas y que vienen a invadir un género simplemente porque es lo que está de moda o en tendencia, como

para seguir ellos pues teniendo visitas o que les su música” (comunicación interpersonal, 1/04/2021)

No menciona que dichos artistas invasores del reggaetón sean algunos ex-poperos, sin embargo, al poner atención a la comunidad artística que ha vuelto a la popularidad por las nuevas canciones de reggaetón que ha sacado, es posible afirmar que son mayormente artistas cuyo auge había sido por causa de sus canciones de pop. Así mismo es el caso de quienes han comenzado a hacer colaboraciones con reggaetoneros para sacar al mercado nuevas canciones.

La vergüenza, molestia o incomodidad que señalan las personas informantes, no se debe al reggaetón, sino a los estigmas generados por las demás personas que no aprueban dicha música. Muchas veces, este sentimiento es el que impide la introducción musical del reggaetón en espacios como el trabajo o la familia, a su vez, la tolerancia que se genera en mayor medida entre amigos y amigas de sus mismas edades permite una socialización y un ambiente agradable conformado por el reggaetón. Eso no deja de lado que existan jóvenes que reproduzcan los estigmas, como es el caso siguiente:

(...) tengo una amiga de la universidad que este... que no le gusta el reggaetón para nada, entonces las pocas veces que le he dicho “oye, mira, a ver escucha esta canción” o así, es como de “ay no, no, yo no escucho eso ¿eh?” (entre risas) y yo nada más me rio (...) pero ella, así como que se cierra... y ha llegado a decir, no sé por qué no me molesta; pero ha llegado a decir, así como de “el reggaetón es como para nacos, no, no, no, el reggaetón no, yo escucho otras cosas.” (comunicación interpersonal, 6/04/2021)

Por lo tanto, hay personas de todas las edades que pueden reproducir los estigmas hacia el reggaetón, la forma de reaccionar de las personas aficionadas ante esa situación dependerá de qué quién está menospreciando el reggaetón y en qué contexto. Nuevamente se confirma cómo el contenido de la música es fundamental a la hora de decidir si compartir o no el reggaetón con otras personas, se debe observar el sonido, la intención de la música, la letra, los efectos sonoros. El hecho de lograr introducir música en ambientes sociales donde anteriormente no

se incluía o bien transmitir la pasión, representa un trabajo reflexivo-subjetivo que muchas veces se dificultará gracias a los estigmas.

### 3.2.5 Proceso de afición musical: mediaciones habitus y mediaciones pragmáticas

Durante los capítulos 2 y 3 de esta tesis se habla sobre los tipos de reggaetón, en la tabla 9 se expone cuál fue el que escucharon durante su instante de revelación. El reggaetón de antaño se convierte en clave para comprender las aficiones musicales ampliamente: los inicios de afición musical (excluyendo al informante 5) se ven marcados durante los años de 2004 a 2011, justo cuando fue el *boom* del reggaetón, cuando la polémica moral-musical tenía (y sigue teniendo) sus miradas puestas en el contenido sexual, soez, *plebeyo*, aludiendo a Yúdice, del reggaetón. Como ya se ha dicho durante el capítulo 1, ello al contrario de sofocar el éxito de reggaetón, lo hizo estallar.

Durante esos años, el reggaetón estaba presente, en los camiones, combis para ir a Pantitlán<sup>4</sup>, mototaxis de las colonias, carros particulares que pasaban con su música a todo volumen, en las fiestas de carpa, en festivales, ferias, en los CD's que vendían en el tianguis, en las estaciones de radio, quermeses y convivios escolares de las primarias y secundarias. Había muchos estudiantes de esos niveles que ya contaban con un celular, pues se estaban incorporando al mercado recientemente, entonces tenían canciones de reggaetón en ellos. Era imposible no conocer esta música durante esos años. El hecho de que muchas personas lo escucharan no significaba que todas ellas eran aficionadas a él, como el informante 6, quien, aunque lo escucha no es un aficionado.

---

<sup>4</sup> Pantitlán es la estación terminal del Metro, donde muchas personas habitantes de la periferia Oriente llegan para trasladarse a la Ciudad de México donde están sus escuelas o trabajos y también es el paradero donde posteriormente vuelven a sus casas abordando microbuses, peseras o el Mexibús. Este lugar es vital demográfica, económica y socialmente para las personas de la periferia, es tan concurrido que las horas don hay más tránsito peatonal y vehicular, son de las 6:00 am a las 9:00 am y de las 3:00pm a las 11:00 pm aproximadamente

**Tabla 9. Tipo de reggaetón en el instante de revelación.**

	Canción/ álbum	Autor	Enlace YouTube	Tipo de reggaetón
1	Álbum: Barrio fino	Daddy Yankee	<a href="https://music.youtube.com/playlist?list=OLAK5uy_m_5TFu-6XfNUX25lgy7usUNQUsQe3D5zM">https://music.youtube.com/playlist?list=OLAK5uy_m_5TFu-6XfNUX25lgy7usUNQUsQe3D5zM</a>	Antaño/ clásico
2	Album: King of kings: Armageddon	Don Omar	<a href="https://music.youtube.com/playlist?list=OLAK5uy_knlz4RHlR1PwWVn5rmiHrrso5LLTIGQ08">https://music.youtube.com/playlist?list=OLAK5uy_knlz4RHlR1PwWVn5rmiHrrso5LLTIGQ08</a>	Antaño/ clásico
3	Chulería en pote	Farruco	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=yfxTph8mEJQ">https://www.youtube.com/watch?v=yfxTph8mEJQ</a>	Antaño/ clásico
4	Mi nena	Zion y Lennox	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=79bwqPcXhFO">https://www.youtube.com/watch?v=79bwqPcXhFO</a>	Antaño/ clásico
5	Bonita	J. Balvin	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=SqpVOqRieYY">https://www.youtube.com/watch?v=SqpVOqRieYY</a>	Actual

\*Fuente: elaboración propia, datos tomados de las entrevistas recabadas

En el caso del informante 5 cuya afición inició en el año 2016, había conocido el reggaetón desde muy pequeño, su hermana llegó a escuchar canciones de reggaetón de antaño en el 2008. Él había crecido con los estigmas que le enseñaron sobre el reggaetón:

“(…) era de esos que se creían lo que decían las personas, de que “ah, solamente hablan de tratar a una mujer como objeto sexual” y que “es gente que no estudia” y cosas así, pero pues yo conozco varios universitarios que les gusta esta música, entonces... pues sí... siento que no me gustaba más que nada por comentarios externos”. (Conversación interpersonal, 6/04/2021)

Debido a eso, su afición comenzó aproximadamente cinco años más tarde que el resto de los informantes, por ende, no comenzó con el reggaetón de antaño sino con un reggaetón más actual que comienza a usar efectos de sonido imitando instrumentos musicales, muchas veces esos sonidos llevan el ritmo en lugar de los sonidos que imitan percusiones. Otra característica es que a veces las voces tienen un solo largo, el típico ritmo reggaetonero se incorpora después o bien intermitentemente. Cantantes como J. Balvin, Ozuna, Karol G, Cazzu y Bad Bunny son ejemplo de ello.

Sobre el momento de conflicto que Aliano (2009) tiene como un factor importante en el instante de revelación, se observan solo en dos casos. En la informante 3, su

afición se gesta dentro de un contexto donde acaba de entrar a la secundaria y es víctima de acoso escolar, además está definiendo su identidad, al encontrarse con que sus amigas escuchan reggaetón, ella decide escucharlo, convirtiéndose en un género musical donde refugiarse para sobrellevar su situación de conflicto con sus compañeros, para integrar su personalidad, su vestimenta, maquillaje, en el reggaetón encontró más músicaailable, pues le gusta bailar.

El informante 5, se encontraba en segundo grado de preparatoria, tenía muy arraigados los estigmas hacia el reggaetón (como se explicó en párrafos anteriores), había recién entrado a su primer trabajo como bailarín de una academia de baile para XV años donde el reggaetón era un género muy famoso, por lo que le causaba desagrado tener que bailar. Es en dicho contexto cuando uno de sus amigos le transmite su pasión por esta música mostrándole canciones para comprobarle que el reggaetón no era como el informante creía, al poner atención al contenido de la letra, en especial al ritmo, se da cuenta que es músicaailable y que la letra no siempre trata de usar como objeto sexual a las mujeres, entonces lo integra como uno de sus géneros musicales preferidos, comenzando así a disfrutar los bailes de reggaetón que realizaba en su trabajo.

Para el resto de los informantes, debido a que comenzaron su afición musical durante la niñez, no aplica la parte del conflicto, aunque sí de lo que Aliano (2009, p. 209) denomina quiebre en la continuidad subjetiva, pues ataron desde su niñez, vínculos subjetivos a su música a partir de su instante de revelación, el cual marca el quiebre mencionado para dar lugar a otra subjetividad. Después del instante de revelación, el reggaetón significó algo diferente. Al hablar con el informante 1 sobre la primera vez que escuchó reggaetón menciona lo siguiente:

“(…) ponía mi radio, ponía el estéreo y ponía una estación, las que había, las de moda en este caso y pues pasaban reggaetón o pasaba música romántica, pop, lo que sea y pues de ahí me llamó la atención, dije ¡ah!, pues está bueno el sonido (...). (Con sus dedos enumera las primeras canciones que escuchó ese día en la radio) “Déjala”, “Sin tu amor”, “Baby, te quiero”, esa ya fue muchísimo después, sí me acuerdo mucho de ese tiempo, recuerdo que también estaban (en la radio) las canciones de don Omar, como “Salió el sol”, “Ayer la vi”, sí, recuerdo mucho porque son canciones que las escuché hace años, pero actualmente las sigo escuchando

¡y me gustan muchísimo más que las actuales!” (comunicación interpersonal, 30/03/2021)

En ese momento, el informante tenía 8 años y escuchó reggaetón en su radio, las canciones que menciona actualmente siguen siendo de su preferencia porque en ese quiebre de la continuidad subjetiva, empezó a generar hacia el reggaetón sentimientos, emociones que actualmente le hacen evocar nostalgia, alegría, recuerdos. Dentro de la anterior cita, las mediaciones presentes son de habitus, al escucharlo en el radio, significó que formaba parte del paisaje sonoro de dicho medio de comunicación. Las mediaciones pragmáticas están presentes en el momento donde la música se convierte en un sonido de su agrado, esas primeras canciones que escuchó se grabó sus nombres, buscó en el tianguis el álbum del cantante donde venían las canciones y hasta la actualidad, es su preferido. La informante 2 vivió su instante de revelación a una edad más joven, en su caso las mediaciones habitus resultan una base importante de la constitución de su gusto:

“yo estaba pues entre 5 años, 6 años, entonces pues ella (su hermana mayor) iba en la en la tarde, en el turno de la tarde, entonces pues mi mamá trabajaba y pues me la pasaba todo este tiempo con ella (su hermana), y entonces para arreglarse e irse a la escuela pues ponía esa música (reggaetón), entonces pues toda la casa estaba con esa música (...)” (Comunicación interpersonal, 1/04/2021)

En muchos hogares mexicanos, cuando la mamá y papá trabajan, si hay una hermana mayor, ella cuida a los demás que son más pequeños. Debido a las condiciones laborales en México, entre ellas el horario y rigidez, esta situación está normalizada. En este caso, lo anterior propició que la percepción repetida hiciera efecto en sus gustos musicales, porque ella comenzó a escuchar reggaetón desde niña. Las mediaciones pragmáticas en este caso surgieron durante la habituación, como se verá más adelante. En ese sentido, para la informante 3, las mediaciones habitus igualmente se convierten en protagonistas de su instante de revelación:

“decía: “no, pues todo el mundo escucha reguetón y me agrada, me agrada”, y pues mis amigas también lo escuchan y entonces fue como de bueno, llegó... mira te voy a ser sincera, en la secundaria sí llego como el momento en el que sí seguía un poco el patrón de la vestimenta, no como tal, pero pues sí que los pantalones

entubados o que el maquillaje un poco extraño ¿no? Que, que... este, que identifica a una a una chava que le gusta el reggaetón, sí lo llegué a hacer, porque sí, yo decía... yo veo a mis amigas y como te digo, influye demasiado las personas con las que estas (...)" (comunicación interpersonal, 6/04/2021)

Mediante sus amigas, ella comienza su proceso de afición, dando cuenta de las mediaciones habitus que hacen empate con las mediaciones pragmáticas al sentirse atraída por la música, razón por la cual, también comenzó a integrar su identidad con el reggaetón: su vestimenta y maquillaje. Durante la década del 2000-2010 se gestó en México ese patrón de vestimenta que ella menciona, a los jóvenes que lo siguen se les conoce hasta la actualidad como "*chacas*"<sup>5</sup>. Se caracterizan por escuchar reggaetón, vestir con pantalones entubados, algunos inhalan resistol o marihuana para drogarse, se depilan las cejas muy delgadas o bien las dejan semi-gruesas y depilan en forma de línea vertical la parte final de la ceja como puede verse en el joven de la izquierda en la imagen 1.

Los peinados de las mujeres son variados; los hombres suelen tener el cabello corto en la parte de arriba de la cabeza y rapar el resto, hay quienes usan flecos. El maquillaje de las mujeres es muy llamativo porque tiende a usar colores claros alrededor de los ojos. Su comportamiento es calificado como "vulgar", su forma de vestirse incluye mucha joyería de fantasía en la ropa, los aretes, pulseras, collares y anillos, además de estampados con letras similares a las del grafiti. En el video "Investigación sobre *los chacas*" (2013), pueden apreciárseles mejor, ese video se realizó en la delegación Cuauhtémoc que se encuentra en el Centro de la Ciudad de México, no se cuenta con datos que mencionen desde dónde vienen *los chacas* para reunirse en la iglesia de San Hipólito a venerar a San Judas Tadeo, deidad en la que creen, aunque sí se sabe que deben usar el metro<sup>6</sup> para llegar ahí.

---

<sup>5</sup> También se les conoce como chakas

<sup>6</sup> La estación del metro Hidalgo de la línea 2, es la que está más cerca de la iglesia de san Hipólito. Se le conoce por ser la iglesia de San Judas Tadeo, el santo de las causas imposibles. Aunque está dedicado a San Hipólito, con el tiempo se impuso entre las personas de escasos recursos el culto a San Judas, razón por la que reúne un gran número de peregrinos católicos cada 28 de Octubre, entre ellos, *los chacas*.

## Imagen 1. Los Chacas



\*Fuente: fotografía tomada de la página El Dizque (2014).

*Los chacas* forman parte de quienes sacan sus bocinas para escuchar reggaetón en las banquetas de las calles, conducir sus motocicletas o mototaxis con esta música a todo volumen y juntarse entre pares o pandillas, se les relaciona con la delincuencia en especial a los hombres, algunos de ellos son asaltantes de peseras, camiones y de peatones que transitan las calles por las mañanas antes del amanecer o por las noches. La informante 4 describe sus formas de vestir, maquillar, el lugar donde suele verlos, porque es muy común encontrarlos en los barrios, en las colonias de la periferia:

“(…) los hombres se caracterizan mucho... por tener... como... una cosita así (hace un ademán para simular el tamaño del objeto que se refiere) una como bolsita, no sé cómo se llama, una cosita que se ponen aquí los hombres (el ademan que hace, lo pone a su lado izquierdo, abajo de donde está el pulmón y simula un objeto pequeño) que son las bolsitas<sup>7</sup>, igual las mujeres, que son unas que se ponen aquí

<sup>7</sup> Se les conoce como mariconeras o bolsos de hombre, tanto estos como las cangureras son accesorios comúnmente usados por personas delincuentes que se dedican a asaltar, tienen un



(hace el mismo gesto, pero esta vez simula una cangurera), igual son... es que no sé cómo se llaman, este, bueno me caracterizo por eso. Los hombres son más como de pantalones como casuales y hay algo raro, no sé por qué, pero a los que yo he visto, así que tiene sus gustos musicales (de reggaetón), siempre traen una chamarra, o sea así haga frío o calor, siempre traen una chamarra y siempre traen... de que los lentes o traen un típico peinado que... no sé, que tienen un flequito aquí (en la frente), (...) los identifico por eso, y las mujeres... este, son más como de esas esas chicas que... igual que usan como la cangurerita y siempre, casi la mayoría de veces veo a las chicas con vestido de licra (...) o igual las faldas de licra y los tops, (...) usan así como blusitas, como más... este... ¿cómo te diré?, como más escotaditas y es que te digo que es así porque a las personas que yo conozco pues se visten así y pues les gusta ese tipo de música, a lo mejor muchas veces me puedo equivocar, pero creo que es más como.... común que sea ese tipo de personas a las que les gusta el reguetón (...)" (comunicación interpersonal, 31/03/2021)

Esa apariencia es similar a la de los cantantes pioneros del reggaetón como Wisin y Yaendel, Daddy Yankee, Don Omar e Ivy Queen. A *los chacas* se les atribuye el estigma juvenil de los escuchas reggaetoneros, hasta el término "*chaca*" llega a ser usado despectivamente junto con las expresiones "ñero" o "naco". Esa es la razón de que, al buscar informantes para la entrevista a profundidad, más de una persona aclarara que no era *chaca*, aunque sí le encante el reggaetón. Contra este estigma se han enfrentado todos los sujetos informantes a partir de que vivieron su instante de revelación, como se mencionará más adelante, aunque *los chacas* siguen siendo la sombra de las personas aficionadas, los sujetos entrevistados han logrado romper con los prejuicios que les atribuye la sociedad a las personas jóvenes cada que dicen "me gusta el reggaetón". Cabe mencionar: en las entrevistas no reproducen por completo los prejuicios hacia *los chacas*, simplemente dejan claro que viven sus aficiones por el reggaetón de forma diferente, no es algo "malo" ni algo por lo que deberían avergonzarse (a pesar de que hay quienes aún luchan contra esa vergüenza). Tampoco deben etiquetárseles con razón de su gusto musical mediático.

---

lenguaje corporal agresivo, brusco y vulgar. Se ha popularizado llamarles los hombres que siguen este patrón de apariencia por apodos como "el Brayan", "el Kevin", "el Iker" y "el Byron"; a las mujeres como "La Britani", "la kimberly" o "la Deyanira".

El impacto de los *chacas* en la periferia ayudó a propagar la fama del reggaetón durante la década mencionada, misma donde la informante 4 vive su instante de revelación a los 11 años gracias a una de sus compañeras que se identificaba como una *chaca*. Antes de ese instante, había escuchado el reggaetón en su calle, en su colonia, pero no le atrajo en lo absoluto, la música no logró captar su atención sino hasta el momento en que escuchó una canción llamada “Mi nena” de Zion & Lennox:

“Fue en la escuela, en ese entonces una de mis compañeras a quien le gustaba mucho ese tipo de música, porque iba... ya ves que en las épocas anteriores decían que *los chacas* o no sé cómo les decían y que tenía un peinado y la forma de vestir y todo eso, entonces pues se reconocían, entonces una de mis compañeras era... era así, le gustaba mucho como ese género y ella llevaba su celular, una vez la puso (la canción de la que se enamoró) y en todo el salón se escuchó, ¿no? y entonces fue como... (sonríe) me gustó el inicio de la canción y yo dije ¡ay qué padre!, entonces le pregunté “¿oye cómo se llama la canción?”, no pues que se llama así y así, entonces yo dije “¡Ah, pues me gustó!” esa fue... fue así fue como de “¡ah, pues sí, está bien padre!”. (...) y pues tú sabes, ¿no? Éramos unos niños, y entonces como el pensamiento de ¡ay, me identifica! O ¡me identifico! Porque pus me gusta tal persona de tal salón, entonces pues la canción era como en un ámbito escolar y pus decías ¡ay, esta canción es espectacular! (sonríe, se ve feliz). Y pues la primera vez que la escuche, pues sí, dije, que pues ¡qué padre canción!, desde ahí, pues no pare, no pare, no pare, la escuchaba y escuchaba y escuchaba, aunque fuera en el ciber, eh... pues no sé cuántas horas, yo me la ponía y la escuchaba, escuchaba(...)”  
(Comunicación interpersonal, 31/03/2021)

En su caso las mediaciones pragmáticas fueron quienes la llevaron a convertirse en una aficionada al reggaetón, toda vez que en ella nació la fascinación hacia el ritmo, la musicalidad, los cantantes. La letra de la canción logró que se identificara, que se viera a sí misma en la música, estos lazos de subjetividad que comenzó a relacionar con la canción crearon una necesidad de buscar dónde podía escuchar otra vez esa canción. Aquí se cumple lo señalado por Aliano (2018) y Benzecry (2012) durante la etapa de iniciación, la persona aficionada se enamora, comienza a escuchar su música más allá de lo ocasional creando prácticas que le llevan a desarrollar la escucha.

Pasando con el informante 5, señala que antes de comenzar a escuchar reggaetón él mismo, había llegado a escuchar que en pocas ocasiones lo ponía su hermana, en los años de 2008-2009, por ende, se deduce que era reggaetón de antaño. No le puso atención sino hasta la preparatoria, su hermana no le mostró a él la música, uno de sus amigos sí lo hizo:

“(…) me mostraron una canción, yo dije “ah, pues... no suena tan mal”, o sea el ritmo se puede bailar, está tranquila... y como que esa misma persona fue mostrando más y más, entonces ya llegó el tiempo en el que yo solito fui pues buscándola más, escuchándola por mi cuenta, de vez en cuando en el camino que va a la escuela, las ponía, una o dos canciones y poco a poco se fue volviendo más frecuente

¿Recuerdas cuál fue la primera canción que te mostró tu amigo?

Mmm... (sonríe) la de “Bonita” de J. Balvin (mantiene la sonrisa, le sonrió también).”  
(Comunicación interpersonal, 6/04/2021)

Su amigo, quien sirvió de transmisor de la pasión, tuvo éxito pues logró convertirlo en un aficionado más, presentando de esta manera las mediaciones habitus. La acción que el transmisor realiza de buscar canciones para infundir el gusto mediático en él significó una labor subjetiva-reflexiva impactante en su vida. Sus demás amigos igualmente escuchaban reggaetón, propiciando así en ambiente perfecto para las siguientes etapas de afición. De la misma forma, las mediaciones pragmáticas se presentan sin duda, a él le gusta bailar, el ritmo del reggaetón fue lo que lo atrapó. Ambos tipos de mediaciones se combinan en su instante de revelación.

Probablemente la razón de que los sujetos anteriores no describan su instante de revelación con la misma intensidad que la informante 4 y el informante 5, sean el peso tan importante que tuvieron las mediaciones habitus sobre las mediaciones pragmáticas, porque alguien muy cercano les mostró el reggaetón o les acostumbró a escucharlo, creando el gusto mediático con ayuda de la percepción repetida de la música en sus espacios sociales durante la niñez y adolescencia, respectivamente. Pero el hecho de que sí recuerden cuál fue la primera canción que escucharon, dónde, cómo fue que la escucharon y que esa misma canción

automáticamente sirva de transporte a ese instante de sus vidas donde se enamoraron del reggaetón, muestran la presencia del inicio de la afición musical.

Aliano (2016), De Nora (2004) y Hennion (2012), como se abordó en el capítulo 2, dicen que la escucha personal es una práctica vital para las personas aficionadas. Se debe recordar que hay de tres tipos: uso inventivo del espacio personal, instrumentalización de la escucha, invención de una forma personalizada. Para la escucha socializada, Aliano (2016), distingue dos tipos: colectiva y de pareja. En las entrevistas recabadas se encontró un predominio de la escucha personal: uso inventivo del espacio personal, donde tienden a delimitar su espacio con música en audífonos, con bocinas, creando sus propias listas de canciones, aunque no de la misma forma como lo muestra la tabla 10.

**Tabla 10. Escucha personal en la iniciación**

Inf.	Forma de escuchar	Aparato	Año
1	Grabar casetes con canciones de reggaetón	Grabadora	2005
	Con audífonos	Discman	2005
2	Con audífonos	Discman	2005
3	A volumen alto	Celular	2010
4	En el cibercafé	Computadora	2012
5	Con audífonos	Celular	2016

\* Fuente: elaboración propia, datos tomados de las entrevistas recabadas

Estas diferentes formas de escuchar implican momentos distintos en la vida de cada informante, además no son los mismos años ni aparatos. Durante los años 2000-2005 era común escuchar música en los discmans o las grabadoras que reproducían tanto casetes como CD's, algunas podían usarse para grabar casetes y de esa forma crear una lista personalizada de canciones, evitando así el hecho de cambiarle a la grabadora cada que pasaba una canción que no gustaba del casete que estaba reproduciendo. Los discmans eran más portátiles y solo podían escucharse con audífonos, por lo tanto, la música difícilmente podía ser compartida para más personas (como la grabadora). Dichos aparatos reproducían CD's.

Aproximadamente de los años 2006-2010 el uso de las computadoras comenzaba a impregnar los ambientes escolares, los cibercafés jugaron un papel muy importante para quienes no podían disponer de computadoras y servicio de

internet. YouTube se convirtió en una plataforma de escucha musical, sin embargo, se necesitaba una memoria SD para celular y un celular si se quería descargar las canciones. Tiempo después, proliferaron las aplicaciones para escuchar música sin necesidad de tener que ir al cibercafé a descargar canciones, las tarjetas SD dejaron de ser necesarias, Spotify y YouTube tomaron su lugar. Una ventaja de la computadora y el celular es que permiten usar las dos modalidades de escucha: con audífonos o sin audífonos.

Escuchar música sin audífonos significaba elegir un volumen adecuado para el contexto, si era para compartir la música con más personas, poner un volumen alto era lo necesario. Si se quería poner música simplemente para constituir el espacio personal, entonces dependiendo de qué personas estén cerca, en qué contexto, se debía elegir un volumen o bajo o medio. Durante la iniciación, en todas las entrevistas se afirma usar audífonos o poner la música para sí en un volumen no alto. Las veces que su escucha se vuelve colectiva, entonces sí se usa el volumen alto. Ambos tipos de escucha están presentes en esta etapa. El caso de la informante 2 es diferente porque la escucha se vuelve casi exclusivamente personal a causa de los estigmas:

“Pues luego sí como que la cantaba o ... o esas cosas, pero sí igual como que los niños de ese entonces o de mi alrededor, no lo conocían (el reggaetón) y pues se lo contaban luego a sus papás y era como de “ ¡no, no te juntes con ella! ”, porque pues... por lo mismo veían muy mal ese género, entonces pues sí lo sacaba en ese momento, pero... era como algo que yo reservaba para mí.” (Comunicación interpersonal, 1/04/2021)

La única persona con quien podía escuchar reggaetón en esta primera etapa era con su hermana, al igual que la informante 4. Aliano (2016) propone que la escucha socializada de pareja sea entre dos personas que tienen una relación amorosa o están casados, pero se propone ampliar el término para incluir a personas de la familia como hermanos y primos, de esta manera, podría decirse que la escucha de pareja se llevó a cabo con la del uso inventivo del espacio personal.

Es posible decir que los sujetos transitaron a la habituación porque entre las prácticas que desarrollan están las mencionadas por Aliano (2018): el coleccionismo, análisis de las canciones, imitación de la apariencia de los artistas, creación de vínculos subjetivos, rechazo a ciertos géneros musicales, producción de un espacio para la escucha, imitación de la forma de cantar o bailar del género musical o bien alguna otra que desarrollen las personas aficionadas. Es complicado establecer una fecha exacta donde los sujetos entrevistados pasaron de la iniciación a la habituación, sin embargo, al buscar las prácticas anteriores dentro de la entrevista, es posible hablar del año aproximado. Si se observan las infografías del anexo 1, en resumen, la habituación empezó unos meses después de la iniciación o bien al año siguiente de vivir su instante de revelación.

La habituación es una etapa que sigue desarrollándose durante todo el tiempo que las personas son aficionadas al reggaetón, aún las prácticas que se señalan en el párrafo anterior que personas entrevistadas han llevado a cabo, siguen reinventándose: se modifican, dejan de realizar, reemplazan por otras, retoman, crean nuevas. Esta etapa se desarrolla permanentemente. La instrumentalización de la escucha y la invención de una forma personalizada se desarrollan ampliamente en la habituación (véase tabla 11).

En el actual 2021, el éxito del reggaetón sigue presente, los lugares donde se escucha se han ampliado llegando hasta los lugares virtuales: Zoom, Meet, redes sociales, aplicaciones de mensajería instantánea, YouTube y Spotify, cambiando así las formas de escuchar, el contexto, las razones, las posibilidades de escucha, puesto que estos diferentes lugares brindan nuevas opciones de escucha o de uso musical. Un claro ejemplo son los videojuegos en línea, pues por medio del audio de la computadora es posible alternar turnos entre jugadores para poner una canción, tal como hace el informante 5 con sus amigos. Meet, la plataforma de videollamada brinda la misma posibilidad, pero es posible que todas las personas participantes prendan sus cámaras, entonces se le suma la posibilidad de ver las expresiones faciales.

**Tabla 11. Escucha durante la habituación**

Inf.	Año aproximado	Forma de escuchar	Tipo de escucha	Tipo de reggaetón/ cantante
1	2005	En bocinas con sus primos y en casetes grabados por el mismo	Socializada-colectiva	De antaño, tiraera, romántico
	2006	Mientras conduce su bicicleta en discman	Forma personalizada	De antaño y romántico
	2009	Comienza a usar YouTube con el algoritmo de recomendaciones	Instrumentalización de la escucha	Actual
	2016-2021	Mientras atiende una papelería, en volumen bajo	Uso inventivo del espacio personal	De antaño, romántico y actual
	2014-2021	Cuando va a surtir la mercancía de la papelería en el transporte público		
	2021	Cuando quiere evocar recuerdos, emociones y provocarse energía	Uso inventivo del espacio personal	De antaño
2	2004	Con su hermana mayor	De pareja	De antaño y romántico
	2005	En discman dentro de su casa	Uso inventivo del espacio personal	
	2008	En MP3 de camino al INBA o a su casa		
	2010	En convivios de la primaria con sus compañeras/compañeros	Colectivo	
	2012-2016	Para analizar musicalmente con sus amigos del conservatorio	Instrumentalización de la escucha y forma personalizada de escucha	De antaño, romántico y actual
	2012-2016	Sola, para analizar musicalmente	Instrumentalización de la escucha y forma personalizada de escucha	
	2015	En cursos para bailar twerk <sup>8</sup>	Colectiva	
	2021	Cuando quiere evocar recuerdos, emociones y provocarse energía	Uso inventivo del espacio personal	
3	2010	Con sus amigas de la secundaria	colectiva	De antaño y romántico
	2011	Sigue el patrón de apariencia de los chicas	Forma personalizada de escucha	
	2014	Para "echar relajo" en las fiestas	Colectiva	Actual
	2013	En el transporte público	Uso inventivo del espacio personal	
	2018	Con sus amigas de la universidad	Colectiva	Actual
	2020-2021	En su casa, a todo volumen para sí misma	Uso inventivo del espacio personal	Actual
		Sigue a sus cantantes preferidos en Instagram y Facebook	Forma personalizada de escucha	
4	2012	En el ciber café	Uso inventivo del espacio personal	Romántico
	2012-2021	Para hacer quehacer	Uso inventivo del espacio personal	De antaño y romántico
	2013	En su celular, descarga canciones de YouTube, las pone mientras hace tarea		

<sup>8</sup> El baile Twerk, también conocido como twerking, es un baile de connotaciones sexuales que puede bailarse lento, rápido y puede ser de carácter agresivo. Algunas personas afirman que es lo mismo que el perreo, pero en las entrevistas no se refieren al twerk como sinónimo del perreo.

	2013-2021	Para discutir sobre la música con sus amigas	colectiva	
	2018	En Spotify, para hacer su tarea	Uso inventivo del espacio personal	Actual
	2021	Para bañarse	Uso inventivo del espacio personal	Actual
	2020-2021	Cuando quiere evocar recuerdos, emociones y provocarse energía	Uso inventivo del espacio personal	Romántico de antaño y actual
	2021	En videollamadas de Meet con sus amigos y amigas	Colectiva	
5	2016	Con su amigo	De pareja	Actual y de antaño
	2016-2018	En su trabajo, para bailar	Colectiva	Actual, romántico y de antaño
	2017	En el transporte público de camino a su casa	Uso inventivo del espacio personal	Actual, romántico y de antaño
	2019	Para entrenar		
	2020-2021	Con sus amigos en la universidad, para disfrutarla y hablar sobre ella	Instrumentalización de la escucha y colectiva	Actual, romántico y de antaño
		Cuando quiere evocar recuerdos, emociones y provocarse energía	Uso inventivo del espacio personal	
		En los videojuegos en línea con sus amigos	colectiva	
		En videollamadas de Meet con sus amigos para hacer tareas		

\* Fuente: elaboración propia, datos tomados de las entrevistas recabadas

La razón de elegir una aplicación u otra o bien algún lugar virtual para la escucha musical es reflexiva y subjetiva, así mismo la modalidad de escucha. Hay una tendencia mayoritaria al uso inventivo del espacio personal y a la escucha colectiva. Por el lado musical, los tipos de reggaetón más escuchados son el de antaño, el romántico y el actual. La evocación de sentimientos, recuerdos, emociones, se ven atadas ampliamente al reggaetón de antaño pues con él vivieron su etapa de iniciación. El reggaetón actual es importante pues al gestarse durante la década de 2011-2021, conforma inevitablemente la larga etapa de habituación.

Tal como Hennion (2002), De Nora (2004) y Byrne (2012) mencionan, la escucha que se vuelve una práctica constante acumula junto con ella subjetividad, significados, usos, intimidad. Se debe apuntar que ambos tipos de modalidad de escucha están tanto en la iniciación como en la habituación: Lo que los teóricos de la afición musical Hennion (2002) y Aliano (2016) mencionan en sus investigaciones sobre el desarrollo de dichas modalidades, así como de prácticas derivadas de su gusto mediático en la habituación, puede verse reflejado también en los datos



obtenidos, en la tabla 11 más específicamente. Sobre las prácticas, el hecho de que les encantase el reggaetón a las personas entrevistadas no significó el rechazo hacia un género musical en específico, al contrario, hay una tolerancia mayor hacia las otras músicas en el sentido de que no las atacan, ni a sus escuchas; en todo momento afirman tener respeto hacia los gustos de otras personas.

Aunque no se escribió en la tabla, hay una tendencia constante de escuchar esta música para bailar. Las personas entrevistadas dicen no bailar perreo como tal, más bien moverse conforme al ritmo de las canciones, lo cual resulta una manera personalizada de bailar hasta cierto punto: la percepción rítmica musical es subjetiva; puede ser compartida e imitada entre más personas, pero no siempre se percibe corporalmente de igual forma. La informante 2 baila twerking con esta música y el informante 5 probablemente lo haya llegado a hacer también por su trabajo. Al pertenecer a las músicas latinas, el reggaetón es músicaailable, otro factor más por la que llega a provocar incomodidad inclusive a quienes gustan de este género musical, ya lo señalaban Byrne (2012), Yúdice (2017) Becker y Faulkner (2011). En las entrevistas, cada informante deja claro que el perreo es un baile explícito (en sus palabras) en cuanto a lo sexual, por lo tanto, si llegan a bailarlo no lo hacen en pareja, lo hacen solos y porque les gusta el ritmo, nadie afirmó haberlo bailado en pareja.

Aliano (2018) postula que la escucha personal modula a una socializada; con los datos expuestos se puede decir que no exactamente se cumple en todos los casos, únicamente en los informantes 1 y 4, quienes escucharon una canción mediante la cual viven su instante de revelación, entonces durante la iniciación comienzan a modular su escucha personal a la socializada. El resto de los casos comienzan con un tipo de escucha socializada, cuando viven su instante de revelación en ese contexto, modulan a una escucha personal, una situación interesante, porque precisamente los informantes 2, 3 y 5 se vuelven aficionados gracias a que una persona aficionada les transmitió la pasión. Como se planteaba a final del capítulo 3, quienes fungen como conversores o maestros, crean artificialmente o bien provocan un instante de revelación en otra persona receptora que se vuelve aficionada, provocando un tipo de afición un tanto diferente al que

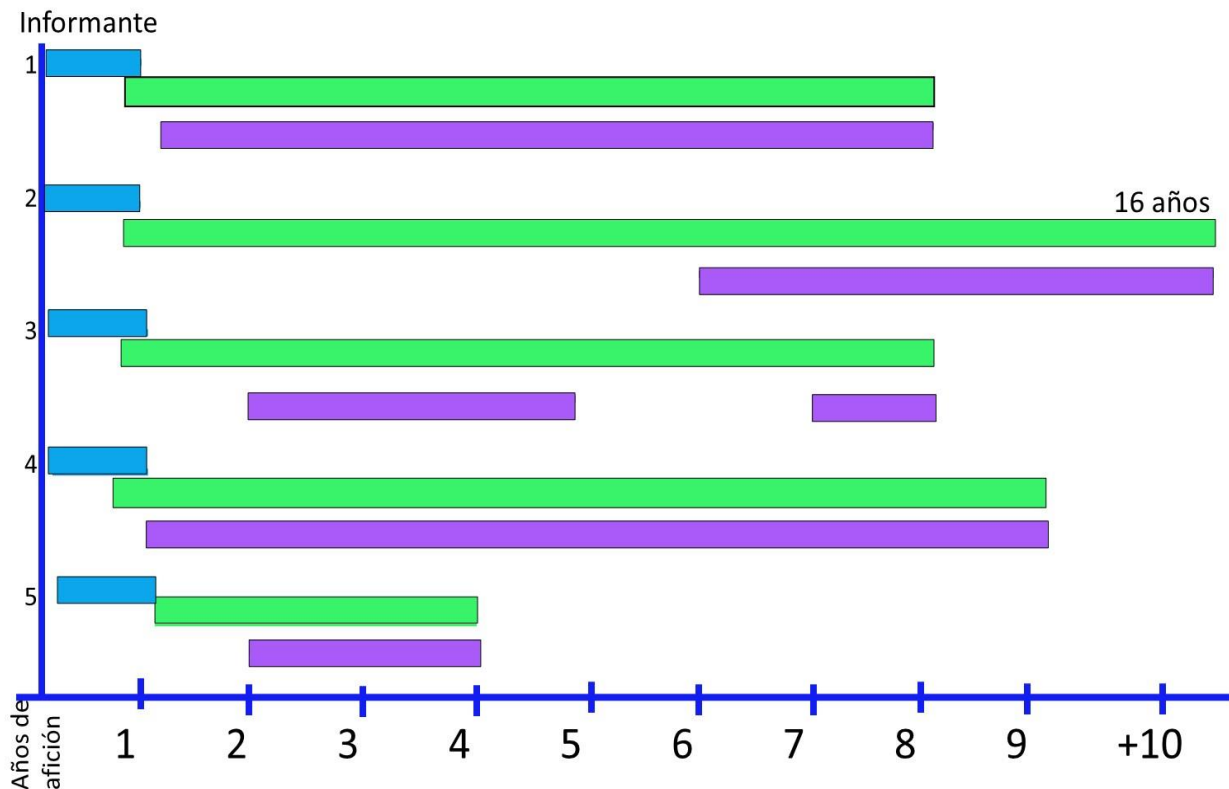
Hennion y Aliano refieren en sus investigaciones, porque entonces se está usando también el habitus como mediación. Se denominará a este fenómeno afición artificial.

Tocado el punto anterior, es posible hablar sobre la última etapa: la transmisión de la pasión. La habituación es una etapa permanente, eso no significa que entonces jamás pasaran a la etapa que sigue, más bien llega un momento donde se cruzan, viviéndose simultáneamente y desarrollándose a ritmos desiguales. El gráfico 1 lo ilustra, el color azul celeste representa la iniciación, el verde la habituación y el violeta la transmisión de la pasión.

Las etapas de afición musical no se viven de forma lineal en absoluto, la transmisión de la pasión llega a ser intermitente tal como en el caso de la informante 3; los contextos, espacios sociales y subjetividad, son factores constituyentes de la afición musical en las personas. Los señalamientos negativos que se hacen sobre el reggaetón influyen directamente en el tiempo que tardan para transmitir su pasión, claramente cuando no hay estigmas limitantes, esta última etapa se da casi al mismo tiempo que la habituación.

La representación gráfica de la etapa tres no significa una constancia diaria por parte de las personas entrevistadas, más bien significa que a partir de que empiezan, continúan haciéndolo cada que tienen oportunidad con personas de su confianza. En las entrevistas dejan claro por qué solo mostrarían su música a personas conocidas, con quienes tienen una amistad o parentesco familiar y que compartan aproximadamente su misma edad, punto en el cual, Megías y Rodríguez (2003), aciertan. Es importante señalar: para transmitir su pasión por el reggaetón, también observan a la persona que pretenden convertir para determinar la probabilidad de éxito o fracaso; esto en varios casos no determina la decisión de llevar o no a cabo la transmisión de la pasión, a veces se hace sin una observación previa, por ejemplo, en fiestas, reuniones con amigos cercanos, bares, antros.

**Gráfico 1. Etapas de afición musical**



\* Fuente: elaboración propia, datos tomados de las entrevistas recabadas. El color azul celeste representa la iniciación, el verde la habituación y el violeta la transmisión de la pasión

Sobre la selección de canciones, se inclinan mucho por el reggaetón de antaño por dos razones: con él vivieron sus instantes de revelación o les gusta más algunas canciones de ese reggaetón que del actual. Pero las canciones de reggaetón actual son igualmente una buena opción. Cuando logran captar la atención de la otra persona con su música, son constantes en mostrarle más canciones, recomendar artistas o hablar sobre reggaetón, hasta convertirles completamente. Ante todo, siempre respetan cuando alguien dice que no le gusta, evitan ser insistentes.

El tipo de escucha al transmitir la pasión puede ser de pareja o bien colectiva, aunque los datos obtenidos muestran una tendencia a efectuar escucha de pareja en dicha situación. Al convertir a alguien en una persona aficionada, las formas de escuchar y los significados pueden transmitirse también, desarrollando una subjetividad. Crean un recuerdo que puede ser evocado mediante esa canción de

reggaetón que están escuchando, se logra marcar ese instante en la vida de ambas personas. Quizá una buena razón para predicar el gusto mediático por el reggaetón es la escucha colectiva, somos seres sociales, si la música fuera individual no tendría razón de ser.

### 3.2.6 Reflexiones

Las entrevistas a profundidad dejan ver cómo el habitus es una mediación poderosa para el proceso de afición puesto que permite transmitir un gusto mediático musical: modos de escuchar, lugares, apropiación del espacio público, razones de escucha, formas de transmitir. No es posible desvincularse de él, por ello aún en las mediaciones pragmáticas se ve entre mezclado y viceversa: en las mediaciones habitus también hay mediaciones pragmáticas.

La subjetividad estuvo presente durante todo el proceso de afición que siguen construyendo las personas informantes, quienes por sí mismas dan cuenta de la música como un vehículo comunicador impactante de subjetividad. En efecto, la escucha llevada a cabo durante la afición es más intensa que una escucha fuera de ella. Hay practicas originadas directamente por la afición como hay otras que toman un nuevo significado con esta música, para diferenciarlas se debe observar aquellas prácticas que no serían ejecutadas por los sujetos si estos no hubieran conocido el reggaetón, lo que significa que nacieron gracias a la escucha.

Una de las prácticas más importantes de la afición que a su vez muestra la subjetividad creada es la evocación: de recuerdos, emociones, sentimientos, pensamientos. Evocar representa un proceso significativo hacia un objeto musical que no es arbitrario en ningún aspecto, se convierte en una parte sensible de la persona, ese solo hecho lo hace resultado de un proceso de diálogo estructural e individual, el sujeto se sabe dentro de la sociedad y vulnerable ante lo que eso significa.

Ramírez (2006), menciona que las personas jóvenes son especialmente vulnerables a los cambios, el éxito del reggaetón junto con la afición hacia él que ha durado ya poco más de dos décadas, lo confirman. Los tipos de reggaetón significan igualmente un cambio dentro del género musical, las personas informantes se adaptaron sin problemas al reggaetón actual, aunque no exactamente de la misma forma con el reggaetón pop, porque a dos de los informantes no les agrada ese reggaetón. En las entrevistas se observa que quienes gustan de dicha variante suelen confundirlo con el reggaetón actual, ambos son similares, la diferencia es los cantantes ex-poperos que se involucran con el género de reggaetón para seguir vigentes, para seguir vendiendo.

Otro aspecto importante que revelan las entrevistas son las probabilidades objetivas y esperanzas subjetivas que se vuelven tendencia en los sujetos con las mismas características demográficas de las personas entrevistadas, para quienes entrar a estudiar la universidad es un logro decisivo en sus vidas, marcará la dirección hacia dónde irán los próximos años, las probabilidades, ampliará o cambiará sus metas, sus expectativas. Por ello mencionan vivir un episodio problemático a causa de no haber ingresado a estudiar el nivel superior, en muchas de las zonas periféricas los años de escolaridad promedio no rebasan el nivel básico, lo que se traduce en menos oportunidades de empleo y condiciones poco deseables en los empleos a los que se tienen acceso. En otras palabras: menor calidad de vida, menores oportunidades, movilidad social restringida. Una de las razones para alegrarse por ser estudiante de universidad es que rompen con el estigma existente hacia las personas escuchas del reggaetón.

En todos los casos, el paisaje sonoro que ofrece la estructura tiene un papel principal para hablar de afición, aun así, la respuesta individual tiene la última palabra de entre las opciones que pone la estructura. El gusto mediático toma formas diferentes con cada sujeto social porque ninguno es igual al otro; hay constantes dentro de este fenómeno estudiado: las personas aficionadas pasan por un proceso no lineal donde hay etapas que se viven simultáneamente, desarrollan la escucha personal y la socializada, no hay un orden para que estas aparezcan, pero la escucha personal se vuelve indispensable para el desarrollo de la afición.

El desarrollo de la afición es complejo, hay cambios en las prácticas de escucha, en los artistas, canciones, tipos de reggaetón que se integran o dejan de integrar en sus aficiones, inclusive las demás personas con quienes se relacionan tienen efectos de cambio, por eso este fenómeno social-musical no puede realizarse sin vivir en sociedad, aspecto observado mediante las entrevistas. Dentro de las diferentes decisiones tomadas por cada informante durante esa cotidianidad que viven, la afición supone un peso de importancia subjetiva, parte de la constitución de sí mismos como sujetos sociales, es el reggaetón.

Sin embargo, la vergüenza a causa de la música de la que se han enamorado aún persiste porque no está completamente normalizada: aunque la periferia escuche reggaetón, no ha llegado a un punto de concordancia donde establezcan razones que les permitan apropiarse completamente de esa música para dejar de avergonzarse al pensar, quizá inconscientemente, que la música sí es un diferenciador social, entonces al escuchar músicas plebeyas les hace personas plebeyas. El fenómeno que ocurre con el emblanquecimiento de las músicas plebeyas de Yúdice, puede resumirse en colonialismo musical, hasta en clasismo; Por eso no hay una apropiación íntegra del reggaetón en las zonas periféricas, aunque se sienten identificados rítmica y melódicamente, no han reflexionado para reconocer al reggaetón como parte de sus íconos musicales toda vez que sigue siendo una música de qué avergonzarse.

La estigmatización sobre el reggaetón como música plebeya ha estado vigente durante dos décadas en la vida de las personas entrevistadas, los espacios sociales donde se desenvuelven muchas veces reproducen esa intolerancia a lo que no es moralmente aceptable, a lo que representa a otros sujetos que socialmente son indeseables por sus expresiones culturales como *los chacas*. El gusto que define Bourdieu se aplica en esa situación, una persona suele ser etiquetada por la música que le gusta, pertenece o no a un grupo de personas según sea el estereotipo imperante. Las entrevistas se ven influenciadas en ese sentido, en algún momento dentro de ellas, se dan cuenta de que se les había puesto una etiqueta por esta regla estructural a simple vista invisible o bien, lo aplicaron personalmente en más de una ocasión, las sesiones de entrevista entre ellas. No es posible despojarse

completamente de las normas estructurales o de la estructura, por eso se utiliza el habitus en esta investigación, por eso, aunque prediquen el respeto por otras músicas y quienes las escuchan, no pueden evitar que los estigmas salgan sutilmente dentro de sus discursos.

De entre todos los datos extraíbles en las entrevistas, el más importante es que las personas jóvenes aficionadas al reggaetón no son extravagantes, vulgares ni delincuentes, son sujetos sociales, no debería buscárseles un diferenciador para clasificarles por su música ni calumniar su música por lo que son sus aficionadas o aficionados. Hay que hablar sobre las problemáticas sociales, culturales y musicales incluyendo la voz de los sujetos que las viven.

## **Conclusiones**

Los objetivos particulares de la presente tesis fueron abordados durante los capítulos 1, 2 y 3. El primer objetivo fue abordar la afición por el reggaetón como resultado de un diálogo entre la estructura y el sujeto, las categorías expuestas de habitus, afición musical, gusto, gusto mediático, música, músicas plebeyas, paisaje sonoro, toma sonora del espacio público y mediaciones que respectivamente proponen los autores Bourdieu (1971, 1997, 1998 y 2007), Hennion (2002 y 2010), Aliano (2015, 2009, 2016 y 2018), Yúdice (2007 y 2017) y Byrne (2012). A partir del planteamiento del capítulo 1 fue posible ver la afición como un fenómeno social-musical que toma en cuenta lo que dice la estructura y lo que dice el sujeto.

El segundo objetivo particular fue conocer el proceso de afición. Una vez teniendo la base teórica del primer capítulo, en el capítulo 2 se logró observar dicho proceso para conocer sus implicaciones: el diálogo que se ha planteado está presente durante las tres etapas de la afición musical, de ello que si la estructura no resulta una mediación en la primera etapa, sí se presenta en las formas de

escuchar que el sujeto adopta mediante habitus o bien en las estrategias que llegue a utilizar cuando decida transmitir su pasión e introducir su música en espacios sociales. Por otro lado, el sujeto debe generar subjetividad hacia la música, eso le hace enamorarse, integrarla en sus espacios, predicar su gusto, gestar prácticas, significados, modos de escuchar.

El tercer objetivo particular fue interpretar la afición por el reggaetón en las personas informantes en contextos del diálogo estructura-sujeto, debido a que en el capítulo tres se exponen los resultados de la investigación de campo, para la interpretación de la afición por el reggaetón, las entrevistas que se obtuvieron de las personas informantes resultaron un elemento fundamental porque se obtiene de esas cotidianidades una visión empírica de la afición. Para interpretar se utilizó como base los capítulos uno y dos de esta tesis porque presentan la guía teórico-práctica, con ello se construyó así mismo, el instrumento.

Dichas entrevistas confirmaron el supuesto planteado, pues la afición musical no es una imposición estructural, es una decisión entre las opciones estructurales, si el sujeto no se enamora de la música, la afición no ocurre. Tanto el objetivo como la pregunta general ¿cómo es la afición en los jóvenes habitantes de zonas periféricas del oriente de la CDMX? Fueron contestados en los siguientes aspectos:

- Gracias a uno de los informantes pertenece a la alcaldía Xochimilco, (parte de la Ciudad de México) se sabe que el paisaje sonoro, aunque incluye reggaetón, no hay una presencia tan marcada como en la periferia del oriente porque la toma sonora del espacio público se lleva a cabo con un carácter más discreto en los locales y a veces en los autos particulares; el transporte público casi no contiene reggaetón; el estigma hacia dicha música está presente, lo cual provocó que varios jóvenes decidieran no escuchar reggaetón para juzgarlo por sí mismos, reproduciendo los prejuicios que les enseñaron en sus ambientes sociales. Esto comprueba lo planteado en el capítulo 1 sobre gusto, habitus y espacios sociales de Bourdieu (1971, 1997, 1998 y 2007), el gusto sí actúa como un factor de diferenciación entre clases sociales. En la periferia del oriente, aunque sí hay estigmas, prevalece el



reggaetón como una de las músicas que se escuchan en dichos lugares porque es música significativa, a la que se le han atado lazos subjetivos (Aliano, 2018).

- No puede hablarse sobre la afición en las personas consideradas como *chacas* porque ninguna persona informante se considera parte de esa colectividad, pero se sabe que han difundido ampliamente el reggaetón en la periferia con sus modos de escuchar –en especial la toma sonora del espacio público (Yúdice, 2007) vestir y actuar (Hennion, 2010 y Aliano, 2018).

- Es diferente la afición que se vive en Chimalhuacán, Iztacalco y Naucalpan que la afición en Xochimilco; en las primeras, el reggaetón no necesita presentarse, de una u otra forma la gran mayoría de habitantes sabe cómo suena, reconoce su presencia en los barrios o colonias donde vive; a pesar de que sí hay estigmas hacia él, es una música muy aceptada o en su defecto, tolerada por la comunidad juvenil. En cambio, Xochimilco y Naucalpan tienen un equilibrio entre la estigmatización y la tolerancia hacia el reggaetón, probablemente decrezca en los siguientes años la tendencia por perseguir tanto a este género musical como a sus escuchas y aficionados, tal como sucede con las músicas plebeyas en su proceso de emblanquecimiento que señala Yúdice (2017).

- La afición musical se puede definir y caracterizar como un fenómeno social-cultural que se presenta en un sujeto a partir de que vive un instante de revelación (Benzecry, 2012), provocando un enamoramiento hacia un género musical que necesita incorporar a sus espacios sociales cotidianos. Requiere un proceso de tres etapas: iniciación, habituación y transmisión de la pasión (Aliano, 2018), las cuales no se viven de forma lineal, la habituación se desarrolla todo el tiempo que la persona continúe enamorada de la música que ha elegido de entre las opciones que le brinda la estructura donde vive, es una etapa larga, la transmisión de la pasión puede hallarse en simultaneidad con la habituación o bien ser intermitente. No se encontraron datos que muestren la simultaneidad entre la iniciación y otra etapa, pero se supone posible, porque la afición es sustancialmente

subjetiva e individual; no es posible desarrollarla sin vivir en sociedad porque se da en sujetos sociales. Genera productos: subjetividades y prácticas.

- Hay dos productos encontrados como clave en esta investigación: la introducción musical y la evocación.

- No es posible definir a las personas aficionadas, es posible identificar en ellas el gusto mediático e interpretarles como personas aficionadas. Difícilmente una persona aficionada al reggaetón se va a definir como tal en primer lugar por los estigmas que les martirizan, en segundo lugar porque se deduce que, al ser jóvenes, su metadestino (como dice Taguenca, 2009) tan libre aún, les significa comprometerse cuando se reconocen a sí mismos como aficionados, pareciera que al hacerlo significa invocar un dogma que dicta no escuchar otro tipo de géneros musicales, reproducir los estereotipos generados estructuralmente o renunciar a su racionalidad para convertirse en un sujeto enajenado.

- La afición es duradera, no es posible establecer un rango estricto de tiempo. En las personas informantes, la afición ha durado entre 5 y 16 años, hasta la fecha sigue presente.

- El espacio social y público se vuelven aspectos primordiales según los resultados que arroja el instrumento, ya que en todo momento la afición musical va ligada a alguno de ellos, es posible decir que un efecto característico de la afición musical es que impregna los espacios del sujeto, llevándole incluso a una toma sonora del espacio público, hecho que, según las entrevistas, no siempre se concibe como tal, se entiende como ambientación del espacio personal, aunque sea en un espacio público. Lo anterior puede atribuírsele al habitus.

En cuanto al objetivo general que fue comprender la afición por el reggaetón en las personas informantes, mediante las entrevistas a profundidad ha sido posible observar cómo un diálogo entre la estructura y el sujeto llegan a generar este fenómeno sociocultural, permiten comprender que el reggaetón forma parte del paisaje sonoro en la periferia porque ese lugar geográfico es parte de México, donde predomina el gusto por las músicas latinas, las músicas de baile, que satisfacen la necesidad de consumo musical de las y los habitantes. El reggaetón

forma parte de esas músicas, es realmente susceptible para crear lazos subjetivos, es una música atractiva que sí, en efecto suena a periferia porque nació allí y se debe entender que eso no significa un insulto, significa una riqueza diferente de expresiones culturales. Ni la periferia ni el reggaetón ni sus aficionadas/aficionados deben seguirse relacionando con vergüenza, calificativos eurocentristas, clasistas o elitistas.

Es importante reiterar que la elección de un gusto mediático musical es un fenómeno complejo, se observó desde una perspectiva donde nace y se desarrolla con los años en un lugar geográfico, económico, cultural y social como es la periferia de la CDMX y caprte de la ciudad, por lo que finalmente, se hayan nuevas posibles líneas de investigación como lo es el desenamoramiento por un género musical que vive un sujeto, una perspectiva donde la afición podría ser observada desde su auge hasta su decaimiento y por otro lado, la afición en personas de diferentes edades que habiten en otro espacio geográfico.

## **Lista de acrónimos**

CCH: Colegio de Ciencias y Humanidades

CD'S: Discos compactos

CDMX: Ciudad de México

CETIS: Centro de Estudios Tecnológicos Industriales y de Servicios

FES: Facultad de Estudios Superiores

INBA: Instituto Nacional de Bellas Artes

INJUVE: Instituto de la juventud

UAEM: Universidad Autónoma del Estado de México

UAM: Universidad Autónoma Metropolitana

UNAM: Universidad Nacional Autónoma de México

UTN: Universidad Tecnológica de Nezahualcóyotl



# Informe 1

Elaborado por: Lizeth Justo Roman

## Infomante 1



### 1996

Nacimiento

### 2001

Entrada al quinder

Por ser "hiperactivo" (en sus palabras), se cayó de un banco y se rompió el brazo

### 2002

Ingresó a primer grado de primaria

Inicia su tratamiento para rehabilitar el movimiento de su brazo, pero resulta un mal tratamiento, causando que su brazo quedara chueco

### 2004

Aprendizaje del oficio de carpintería

Empezó a ayudar a su mamá a atender la papelería

Empezó a jugar futbol

Empezó a escuchar reggaetón

### 2005

Inicia su consumo de CD's de reggaetón, de donde selecciona las canciones que más le gustan y las graba en un cassette con su grabadora

Escucha reggaetón en su bocina cuando juega con sus primos, cuando le place en su casa, cuando juega futbol, cuando hace su quehacer e investiga sobre sus cantantes favoritos

### 2008

Entró a la secundaria

Empezan a pagarle por jugar futbol

### 2009

Comienza a escuchar música en Youtube, donde dicha plataforma le da recomendaciones de música similar a la que elige

### 2010

Entró a trabajar de tallerista en INJUVE

Dejó de grabar cassettes con canciones de reggaetón para descargar canciones en su celular

### 2011

Hizo el examen de COMIPEMS, se quedó en su primera opción, un Bachilleres

### 2013

Dejó de trabajar en el INJUVE

### 2014

Hizo el examen para la universidad, no fue seleccionado

Empezó a trabajar en un Call Center

### 2015

Segundo intento para hacer el examen a la universidad, no fue seleccionado

Empezó a trabajar de bolero y carpintero

### 2016

Tercer intento para hacer el examen a la universidad, fue seleccionado. Empezó a estudiar la universidad

### 2020

Inició el confinamiento por COVID-19 en México

Egresó de la licenciatura

powered by



# Informante 2



Elaborado por Lizeth Justo Roman



1999

Nacimiento

2004

Entró al kinder

Escucha reggaetón por primera vez: canciones de Don Omar

2005

Entró a la primaria

2008

Ingreso al INBAL número 4

Su papá se jubila

Empieza a descargar sus canciones de reggaetón en un MP3 para escucharlas en el trayecto de una escuela a otra

Debates a favor del reggaetón como música con sus compañerxs del INBAL

2010

Comienza a compartir su gusto por el reggaetón con sus amigos de la primaria

2011

Entró a la secundaria

2012

Trasita del MP3 al celular donde descargaba canciones en la memoria SD



2017

Ingreso a la Facultad de Contaduría de la UNAM

2020

Inició el confinamiento por COVID-19 en México

Continuación de sus estudios universitarios en modalidad virtual

2015

Empezó cursos de baile Twerking para bailar reggaetón

2016

Conflicto por no saber a qué carrera dedicarse

Usa el reggaetón para sobrellevar la situación y decidir



2012

Ingreso al Conservatorio Nacional de Música

Intento de tocar reggaetón en el piano

Teorización musical de canciones de reggaetón

2013

Entró al CCH

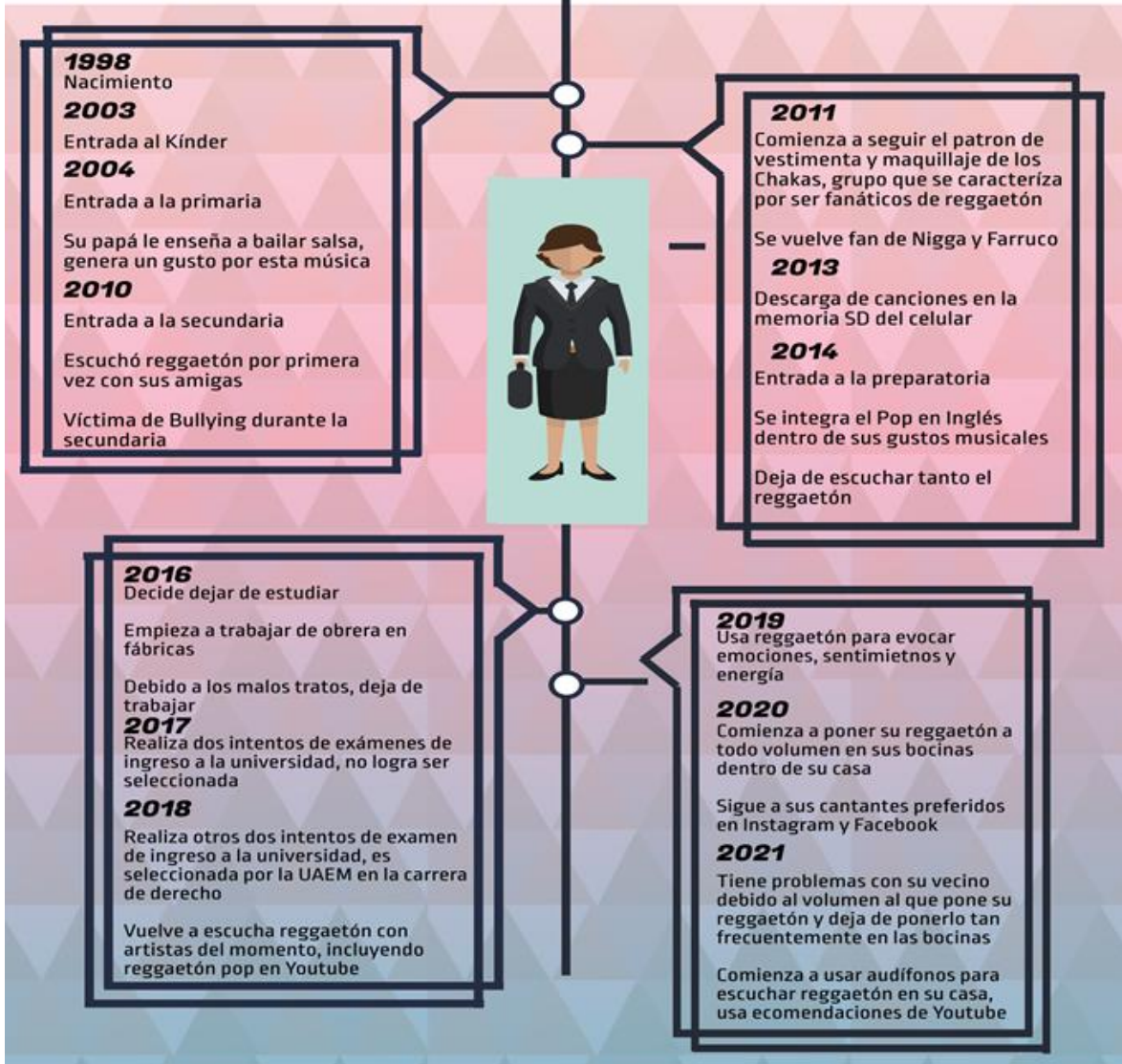
Comenzó a usar Spotify

powered by

 PIKTOCHART

# Informante 3

Elaborado por: Lizeth Justo Roman







## Informante 4

Elaborado por: Lizeth Justo Roman

✓ **2001**  
Nacimiento

✓ **2006**  
Entró al kinder

✓ **2007**  
Entró a la primaria

✓ **2012**

Escuchó reggaetón por primera vez en su salón de clases

Iba a los cibercafé a escuchar reggaetón en YouTube

Le pedía a su mamá discos de reggaetón

✓ **2013**

Entró a la secundaria

Gracias a sus amigas conoce el Pop en inglés, que se integra a sus gustos musicales

Descarga canciones en la memoria SD del celular

✓ **2014**  
Su promedio comienza a bajar, sus padres le consiguen trabajo de mesera

✓ **2016**  
Entró a la preparatoria

✓ **2018**  
Comienza a escuchar música en Spotify

Por influencia de sus amistades comienza a bajar su promedio

✓ **2019**  
Primer intento de ingreso a la universidad, es seleccionada pero no le permiten inscribirse por causa de su promedio

Deja de escuchar reggaetón por causa de su depresión

✓ **2020**  
Arregla sus papeles y logra entrar a la Universidad Tecnológica de Nezahualcóyotl

Vuelve a escuchar reggaetón para evocar alegría, energía y crear un ambiente agradable individualmente

✓ **2021**  
Cuando no encuentra una canción en Spotify, la descarga en el celular con el convertidor de YouTube a MP3

Continúa trabajando de mesera y estudiando su licenciatura

# Informante 5

Elaborado por: Lizeth Justo Roman



2001 nacimiento

2006 Entró al kinder

2007 Entró a la primaria

2008 su hermana escucha reggaetón de antaño muy amenudo pero eventualmente deja de hacerlo



2013 Entra a la secundaria

2015 Hace el examen de selección para la preparatoria, entra a la Preparatoria 5 de la UNAM

2016 uno de sus amigos le muestra una canción de reggaetón

2016 Comienza a trabajar en una academia de baile para XV años



2016 Usa Spotify para escuchar música

2017 Comienza a escuchar reggaetón por su cuenta, con audífonos en el transporte público

2017 deja de usar Spotify, en su lugar utiliza YouTube para escuchar música

2018 Deja de trabajar en la academia de baile



2018 Entra a la Facultad de Estudios Superiores Aragón a estudiar Ingeniería en sistemas computacionales

2019 Usa el reggaetón de fondo para ejercitarse

2020 comienza el confinamiento por la pandemia de COVID-19

2020 escucha reggaetón con sus amigos de la universidad en videollamadas de Meet y videojuegos Online



powered by

 **PIKTOCHART**

## Referencias

- Aliano, N. (2015). *Música, afición y subjetividad entre seguidores del indio Solari. Un estudio entre procesos de individuación en sectores populares* [Tesis de doctorado]. Universidad de La Plata. [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/57419/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/57419/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Aliano, N. (2016). Dinámicas de individuación en fans de un cantante popular. *Avá. Revista de Antropología*, (28), 183-204. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169052114008>
- Aliano, N. (2018). De la inquietud al hábito: música, sociabilidad y afición. *Revista Mexicana de Sociología*, 80 (1), 195-219. <http://revistamexicanadesociologia.unam.mx/index.php/rms/article/view/57709/51170>
- Aliano, N. (et. al). (2009). Banderas en tu corazón: Narrativas, vida cotidiana y prácticas de apropiación de la música Rock en jóvenes de sectores populares. *Memoria académica*, (5), 165-184. [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.4056/pr.4056.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.4056/pr.4056.pdf)
- Arteaga Arredondo, I. (2005). De la periferia a la ciudad consolidada. Estrategias para la transformación de zonas urbanas marginales. *Revista bitácora urbano territorial*, 9 (1), 98-111. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74800909>
- Báez y Pérez De Tudela, J. (2009). *Investigación Cualitativa*. Esic.
- Bartra, B. (14 de noviembre de 2019). *El poco discreto encanto del reggaetón*. Letras libres. <https://www.letraslibres.com/mexico/cultura/el-poco-discreto-encanto-del-reggaeton>
- Benedetti, C. (2008). El rock de los desangelados, sectores populares y procesos de consumo. *Revista Transcultural de música*, (12). <https://www.sibetrans.com/trans/article/86/el-rock-de-los-desangelados-musica-sectores-populares-y-procesos-de-consumo>

- Benzecry, C. (2012). *El fanático de la ópera. Etnografía de una obsesión*. Siglo XXI.
- Bernard, C. (2009). Músicas mestizas, músicas populares, músicas latinas: gestación colonial, identidades republicanas y globalización. *Revista Coherencia*, 6 (11), 87-106.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/cohe/v6n11/v6n11a06.pdf>
- Bourdieu, P. (1971). *Elementos para una teoría sociológica de la percepción artística*. Anagrama. [https://www.academia.edu/28668297/Bourdieu\\_Pierre\\_Sociologia\\_Del\\_Arte\\_PDF](https://www.academia.edu/28668297/Bourdieu_Pierre_Sociologia_Del_Arte_PDF)
- Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas sobre la teoría de la acción*. Anagrama.  
<http://epistemh.pbworks.com/f/9.+Bourdieu+Razones+Pr%C3%A1cticas.pdf>
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción, criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.  
[https://www.academia.edu/7384950/Pierre\\_Bourdieu\\_La\\_distinci%C3%B3n\\_Criterio\\_y\\_bases\\_sociales\\_del\\_gusto](https://www.academia.edu/7384950/Pierre_Bourdieu_La_distinci%C3%B3n_Criterio_y_bases_sociales_del_gusto)
- Bourdieu, p. (2000). *Poder, derecho y clases sociales*. Desclée de Brouwer.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=2543>
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Siglo XXI.  
<https://sociologiaycultura.files.wordpress.com/2014/02/bourdieu-el-sentido-prc3a1ctico.pdf>
- Bourdieu, p. (2011). La ilusión Biográfica. *Acta sociológica*, (4), 121-128.  
<http://revistas.unam.mx/index.php/ras/article/viewFile/29460/27409>
- Brewster, B. y Broughton, F. (2014). *Last night a DJ saved my life*. Open Road Integrated Media.
- Byrne, D. (2012). *Cómo funciona la música*. Lectulandia.  
<https://catrinandante.files.wordpress.com/2016/01/david-byrne-cc3b3mo-funciona-la-mc3basica.pdf>
- Carballo Villagra, P. (2006). Reggaetón e identidad masculina. *Cuadernos Inter.c.a.mbio sobre Centroamérica y el Caribe*, (4), 87-101.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4769/476948766005.pdf>

- CONEVAL. (2015). *Pobreza a nivel municipio 2010-2015*. CONEVAL <https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/Pobreza-municipal.aspx>
- CONEVAL. (2018). *Anexo único de los lineamientos y criterios generales para la definición, identificación y medición de la pobreza*. CONEVAL. <https://www.coneval.org.mx/Normateca/Documents/ANEXO-Lineamientos-DOF-2018.pdf>
- CONEVAL. (2018). *Medición de la pobreza. Pobreza en México*. CONEVAL. <https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/PobrezalInicio.aspx>
- De Nora, T. (2004). *Music in Every day*. Cambridge University Press. [https://www.academia.edu/10056207/De\\_Nora\\_Music\\_in\\_Everyday\\_Life](https://www.academia.edu/10056207/De_Nora_Music_in_Everyday_Life)
- Garza, H. (5 de diciembre de 2014). *El chaka será considerado como lenguaje para cuestiones curriculares*. El Dizque. <https://www.eldizque.com/el-chaka-sera-considerado-como-segundo-lenguaje-para-cuestiones-curriculares/>
- Ferratori, F. (1991) *La historia y lo cotidiano*. Ediciones península.
- Giménez, V. y Millimaci, F. (2006). Historia de vida y métodos biográficos. En I. Vasilachis (coord.), *Estrategias de investigación cualitativa* (pp.175-209). Gedisa.
- Guillamón, G. (2018). *Música, política y gusto: una historia de la cultura musical en Buenos Aires* [Tesis de doctorado]. [https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/78765/CONICET\\_Digital\\_Nro.111becd9-c45e-416e-b555-51baf9d431f7\\_A.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/78765/CONICET_Digital_Nro.111becd9-c45e-416e-b555-51baf9d431f7_A.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Hennion, A. (2002). *La pasión musical*. Ediciones Paidós Ibérica.
- Hennion, A. (2010). Gustos musicales: de una sociología de la mediación a una pragmática del gusto. *Revista El comunicar*. XVII (34), 25-33 <https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=34&articulo=34-2010-04>
- INEGI. (2010). *Clase media*. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/investigacion/cmedia/default.html>

- Locoporv0s. [Lizeth Justo Román] (13/06/2013). Investigación sobre los Chacas [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=l4BfgGlxTvE>
- Becker, H. y Faulkner, R. (2011). *El jazz en acción*. Siglo XXI.
- Magangué (2019) Conoce los distintos tipos de reggaetón. Manangué. Recuperado 12 01 2021 de <https://www.maganguebar.es/es/blog/conoce-los-distintos-tipos-de-reggaeton/>
- Martínez Miguelez, M. (2004). *Ciencia y Arte en la metodología cualitativa*. Trillas. [https://www.academia.edu/29811850/Ciencia\\_y\\_Arte\\_en\\_La\\_Metodologia\\_Cualitativa\\_Martinez\\_Miguelez\\_PDF](https://www.academia.edu/29811850/Ciencia_y_Arte_en_La_Metodologia_Cualitativa_Martinez_Miguelez_PDF)
- Martínez Noriega, D. (2014). Música, imagen y sexualidad: el reggaetón y las asimetrías de género. *El cotidiano*, (186), 63-37. <https://www.redalyc.org/pdf/325/32531428010.pdf>
- Megías Quirós, I. y Rodríguez San Julián, E. (2003). *Jóvenes entre sonidos: hábitos, gustos y referentes musicales (FAD)*. INJUVE. [http://www.injuve.es/sites/default/files/estudiosonidos\\_0.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/estudiosonidos_0.pdf)
- Moreno Sánchez, E. y Espejel Mena, J. (2013) Chimalhuacán en el contexto local, sociourbano y regional. Quivera. *Revista de estudios territoriales*, 15 (1), 77-99. <https://www.redalyc.org/pdf/401/40128395005.pdf>
- Negrón, F. y Rivera, R. (2009). Nación Reggaetón. *Revista nueva sociedad*. (233), 29-38. <https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2009/no223/3.pdf>
- Penagos Rojas, Y. (2012). Lenguajes de poder: la música reggaetón y su influencia en el estilo de vida de los estudiantes. *Revista pluma educativa*. 290-305. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4323457.pdf>
- Penalva, C. (et.al). (2015). *La investigación cualitativa. Técnicas de investigación y análisis con Atlas.ti*. Pydlos. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/52606>
- Ramírez Paredes, J. (2006). Música y sociedad: la preferencia musical como base de la identidad social. *Sociológica*, 21 (60), 243-270. <https://www.redalyc.org/pdf/3050/305024678009.pdf>

- Reggaetón. (25-10-2010). Tipos de reggaetón. *Reggaetón 2010*.  
<https://reggae2010.wordpress.com/2010/10/25/tipos-de-reggaeton/>
- Rodríguez San Julián, E. y Mejías Quiroz, I. (2003). *Jóvenes entre sonidos. Hábitos, gustos y referentes musicales*. INJUVE.  
[http://www.injuve.es/sites/default/files/estudiosonidos\\_0.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/estudiosonidos_0.pdf)
- Ruiz Olabuénaga, J. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto.
- Spotify. (2020). *Éxitos México*. Spotify. Recuperado el 11 de enero de 2021 de  
<https://open.spotify.com/playlist/37i9dQZF1DX5BAPG29mHS8>
- Superboletos. (12 de febrero 2015). *Daddy Yankee*. Superboletos. Recuperado el 13 de febrero de 2021 de  
<https://web.superboletos.com/SuperBoletos/DFYEDOMEX/CONCIERTO/DADDY-YANKEE/KBbN82DEV2NGQ9EraykEvaWTA>
- Taylor, S. y Bodgan, R. (1992). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós.
- Flick, U. (2002). *Introducción a la investigación cualitativa*. Ediciones Morata.  
<http://investigacionsocial.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/103/2013/03/INVESTIGACIONCUALITATIVAFLICK.pdf>
- Valles, M. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Síntesis.
- Vasilachis, I. (coord.). (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa.  
<http://investigacionsocial.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/103/2013/03/Estrategias-de-la-investigacin-cualitativa-1.pdf>
- Viagogo. (3 de enero de 2021). *Anuel AA*. Viagogo. Recuperado el 13 de febrero de 2021 de <https://www.viagogo.com.mx/Boletos-Conciertos/Rap-Hip-Hop-Reggae/Anuel-AA-Boletos/E-4647715?qty=1>
- Viagogo. (5 de enero de 2021). *Entradas Anuel AA*. Viagogo. Recuperado el 13 de febrero de 2021 de <https://www.viagogo.com.mx/Boletos-Conciertos/Rap-Hip-Hop-Reggae/Anuel-AA-Boletos/E-4748542>

YouTube. (6 de marzo de 2020). *Top, 50 canciones más escuchadas en Spotify*.

TopMusicOFF. <https://www.youtube.com/watch?v=f05ZbaKtvDA>

Yúdice, G. (2007). *Nuevas tecnologías, música y experiencia*. Gedisa.

<http://www.posgrado.unam.mx/musica/div/pdf/GilBraga/YudiceNuevas.pdf>

Yúdice, G. (2017). Músicas plebeyas. *Revista do patrimonio*, (36), 61-93.

[https://www.academia.edu/35099201/Revista do Patrim%C3%B4nio](https://www.academia.edu/35099201/Revista_do_Patrim%C3%B4nio)

[Patrim%C3%B4nio desafios e perspectivas n 36 Org Andrey Rosentha](#)

[I Schlee Bras%C3%ADlia IPHAN 2017](#)