



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

---

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**BATE QUE BATE... LA EVOLUCIÓN DE LAS AUDIENCIAS DEL  
REGUETÓN EN LA CDMX, UN ANÁLISIS SOCIOLÓGICO DE SUS  
ESTRATEGIAS MEDIÁTICAS.**

**TESIS**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
**Licenciado en Sociología**

PRESENTA:  
**Emiliano Solís García**

ASESORA DE TESIS:  
**Rosa García Chediak**



Ciudad Universitaria, CDMX, 2024



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

## Dedicatoria

A Shakira, por todos los momentos de inspiración, alegría y sabiduría que nos ha hecho pasar mediante su música a millones en Latinoamérica.

Agradecimientos:

A Bety, Xico y Xiquito, por toda su paciencia y por creer en mi desde que era un puma en la cuna.

A Bichi, por acompañarme y amarme sin importar si el viento soplaba a favor o en contra, en el sur o en el norte.

A Rosa, por acompañarme y brindarme muchísimas herramientas teóricas y metodológicas en esta intensa investigación, siempre de una manera muy respetuosa y humana, que nos ayudó a llevar a buen puerto una investigación tan linda e interesante.

A todos los que fueron alguna vez rechazados por escuchar o producir reguetón, por su aguante.

El nombre de la presente tesis está inspirado en la canción *Bate Que Bate* de Uzielito Mix, Big Metra y Dj Esli

## Índice

Introducción.....	6
Capítulo 1: El reguetón como objeto de estudio, su contexto histórico de origen y su tránsito hacia la gran audiencia.....	15
1.1 El reguetón como fenómeno musical .....	15
1.2 ¿El reguetón un estilo musical o un estilo estético?.....	25
1.3 El reguetón como género musical .....	28
1.4 Contexto histórico del reguetón desde sus orígenes hasta su éxito mediático: algunos casos emblemáticos: Puerto Rico, Cuba y Mami.....	32
1.4.1 Antecedentes del reggae y dancehall.....	35
1.4.2 La explosión del reguetón en Puerto Rico .....	41
1.4.3 El reguetón en Cuba .....	46
1.4.4 Reguetón de Miami .....	52
1.5 El exitoso camino del reguetón .....	57
1.6 Reguetón: Entre el machismo y la libertad sexual de las mujeres .....	59
Capítulo 2: El proceso de desarrollo de la Industria Musical y sus particularidades en México .....	63
2.1 Breve historia de la Industria Musical y sus desafíos actuales .....	64
2.2 El proceso de producción musical y la música independiente en la época digital .....	72
2.3 Características específicas de la Industria Musical y su presencia en México.....	77
CAPÍTULO 3 El desarrollo de las audiencias del reguetón en México.....	87
3.1.1 México y el desarrollo del reguetón a nivel global .....	87
3.1.3 La represión del Estado .....	93
3.1.4 La sexualidad y el reguetón .....	94
3.1.5 El uso de las plataformas digitales como un impulsor del reguetón.....	95
3.1.6 La dimensión festiva del reguetón .....	98
3.2 Factores relacionados con la carrera de los artistas entrevistados.....	99
3.3 Valores atribuidos al reguetón como género .....	108
3.4 Factores relacionados con el diseño del reguetón mexicano.....	112
3.5 Estrategias para incrementar las audiencias .....	121
Conclusiones .....	129
Apéndices:.....	140
Guión de entrevista a difusores de reguetón .....	140
Entrevistas: .....	143
Breve historia del cannabis en México .....	227
Bibliografía .....	230



## Introducción

En el presente trabajo se aborda un fenómeno musical presente en diferentes latitudes del mundo con un origen y más fuerza en países de América Latina y el Caribe: el reguetón. En específico y dicho sucintamente, el objetivo general de la tesis es describir el proceso de crecimiento de las audiencias del reguetón en la Ciudad de México. Como primer acercamiento a este fenómeno nos es pertinente abordar en la presente introducción la música como un fenómeno sociocultural para posteriormente transitar hacia lo particular del reguetón.

A diferencia de lo que afirma parte del sentido común sobre los fenómenos culturales al señalar que las obras artísticas son fenómenos autónomos producidos por un “genio”, la sociología tiene en cuenta que no existen obras y acciones del ser humano que estén aisladas de lo social, por lo que los sonidos y estructuras musicales tienen también una carga social y constituyen significados sociales. Como se ha afirmado “los significados articulados a través de las estructuras y sonidos musicales están socialmente constituidos” (Shepherd y Devine, 2015, 7).<sup>1</sup>

En este sentido se puede pensar a la música como un fenómeno que estructura a los individuos y que también es estructurado por ellos, por lo que ésta puede servir para reforzar comportamientos ya establecidos o para realizar una crítica social. El estudiar porque se generan audiencias musicales y cómo son aceptadas es fundamental para entender a la música como un fenómeno social, y no entender los significados musicales como inmanentes, sino que tienen una carga social a la cual los individuos les dan sentido. Basándonos en Shepherd y Devine (2015, 7) podemos afirmar que los significados musicales sólo pueden interpretarse en el lenguaje del mundo social. Para ampliar este punto es necesario pensar en quién le da sentido al reguetón y cómo se estructuran sus audiencias.

¿Qué pasa cuando aprobamos una canción? ¿Cuándo la damos aprobada en nuestros gustos? Cuando un individuo se siente atraído por alguna pieza musical o una cultura relacionada con algún género musical genera nexos afectivos y

---

<sup>1</sup> Las traducciones de la fuente original son propias

emocionales con una cultura identitaria a la que otros individuos también se están añadiendo, y al mismo tiempo genera un contraste con otros individuos que la están rechazando. Siguiendo esta línea podemos pensar a las audiencias musicales como fenómenos emocionales y afectivos, los cuales debemos tener en cuenta a la hora de realizar sus estudios que se enmarcan en las realidades identitarias, en las cuales se sitúa la música popular y por lo tanto el reguetón

La música popular funciona como “una poderosa fuerza de identidad para un individuo dentro de la sociedad y como una poderosa fuerza de identidades colectivas, culturales y grupales de las cuales los individuos construyen un sentido de sí mismos” (Shepherd y Devine, 2015, 10). Es por ello que existen géneros musicales que generan nexos comunitarios entre distintos grupos de la sociedad, tales nexos representan identidades sexuales, raciales, de clase, migratorias, entre otras que a su vez van constituyendo a las audiencias musicales.

Si bien es cierto que la preocupación por los fenómenos musicales ha sido abordada mayormente por la Musicología y que dentro de éstas existen tendencias que se limitan al “análisis musical” -analizar los elementos del lenguaje artístico de la música- otras vertientes de la disciplina incluyen aristas más próximas al ámbito de las Ciencias Sociales. De esta simbiosis, han nacido múltiples líneas de investigación orientadas -por ejemplo- a explorar las dimensiones sociales de las prácticas musicales; la influencia de las estructuras sociales en la recepción musical; los procesos sociales que intervienen en la construcción de un canon musical y las distinciones jerárquicas a partir de estos; las funciones ideológicas del lenguaje musical; la representación musical de grupos sociales; la impronta de los cambios tecnológicos en las relaciones sociales de la esfera musical; las dinámicas establecidas entre los actores que intervienen en los espectáculos musicales; o bien la masificación del consumo musical (Bear y Kenneth, 2005; Buch, 2013). En particular, la última línea de investigación abre un gran paraguas donde enmarcar la pertinencia de la presente investigación sociológica.

Pasando ahora al fenómeno musical que nos ocupa, es importante tener en cuenta que parte de las raíces del reguetón surgen del género Dancehall de Jamaica, uno de



sus principales exponentes es Shabba Ranks, el cual popularizó en 1991 una canción llamada DemBow en donde combinaba el rap con el reggae, posteriormente la base rítmica de esta canción se utilizó para muchísimas producciones de reguetón. (Lucy y Soares, 2019)

Estas primeras aproximaciones a lo que después sería el reguetón no tenían todavía ninguna mezcla con la salsa, la bachata u otros numerosos géneros que tienen hoy varias producciones de reguetón. De hecho, se puede considerar que hasta antes de la década de los noventa los géneros con los que se mezclaba el Dancehall (que se puede pensar como una variante del reggae) eran únicamente el hip-hop y el rap. (Lucy y Soares, 2019) <sup>2</sup>

En la década de los noventa el *DemBow* empieza a combinarse con otros géneros, en este periodo se empieza concretar lo que hoy conocemos como reguetón, a la par que va ganando productores, DJ's y empresas con presencia en el mundo de la música comercial. Este periodo estuvo acompañado de cambios tecnológicos que ayudaron a componer diferentes canciones mezclando varios géneros musicales.

Entre los cambios tecnológicos que existieron en esta transición, uno de gran importancia fue el del cambio del *sampler* al sintetizador, ambos aparatos para mezclar música. El primero solo reproducía grabaciones ya hechas para mezclarlas con la música en vivo, mientras que el sintetizador funciona como un instrumento musical que genera sonidos que se pueden ir mezclando con mayor precisión en las canciones. A la par de estas innovaciones tecnológicas el reguetón se empieza a combinar con la música electrónica, la salsa y la bachata, por lo que se hace másailable y su mercado se consolida en países del Caribe. Posteriormente se consolida en Estados Unidos y en el cono Sur del continente americano. Todos estos cambios y combinaciones hacen que el reguetón adquiriera un formato másailable.

Otro factor a considerar es el papel de la industria musical, al tener consumidores bilingües, las productoras se empezaron a concentrar en Miami, el Estado

---

<sup>2</sup> Este trabajo será la referencia fundamental en lo que resta de este apartado, a menos de que se mencione lo contrario explícitamente

estadounidense geográficamente más cercano al Caribe, el cual tiene una cantidad importante de migrantes latinoamericanos, sobre todo caribeños. Se estima que en Miami hay casi un millón de cubanos (Fajardo, 2015), a lo que se añaden otros grupos migratorios latinoamericanos. Esta mezcla de industrias, latinos, y tecnología va a dar lugar a una agrupación de géneros que se conoce como música latina, o como lo afirman Lucy y Soares; “El hecho de que varias sedes de industrias musicales y del entretenimiento se concentren en Miami desde finales de la década de los noventa revela una creciente latinoamericanización del concepto de música latina (2019). En este punto, se puede considerar que el reguetón se ha consolidado como fenómeno musical global, aún y cuando en México no era todavía un género importante.

De igual modo, es importante definir en la presente introducción el concepto de reguetón y el por qué estudiar a sus audiencias en México. El reguetón es un género musical que encuentra sus raíces en la combinación del reggae y el rap durante la década de los ochenta en países del Caribe y Centroamérica como Puerto Rico, Jamaica, Cuba y Panamá, todos estos países tuvieron una migración importante hacia los Estados Unidos, principalmente a la ciudad de Miami, la cual fue una entidad clave para la producción y consolidación de este género. (Luci y Soares, 2019)

El reguetón es un fenómeno relativamente reciente, como ya se mencionó sus primeros indicios se pueden localizar en la década de los 90 en lugares como Cuba, Puerto Rico y Miami, sin embargo, no se han hecho un estudio de México que es uno de los países que más consume este género (Negrón-Muntaner y Rivera, 2009). Existen indicios suficientes de que México es un país con un alto nivel de audiencia de reguetón, a pesar de no tener una figura ampliamente reconocida en el género como otros países tales como Puerto Rico con Daddy Yankee, Cuba con Gente de Zona, Miami con Pitbull o Colombia con J Balvin. A contrapelo del consumo cada vez más amplio de este tipo de música en el país, encontramos que los estudios sobre el reguetón en México no han abordado específicamente cómo se han desarrollado sus audiencias, lo cual fue una de las motivaciones centrales de esta investigación.

El concepto de audiencia se refiere a un determinado grupo de personas que participan activamente en un espectáculo o en el consumo de una producción artística o de entretenimiento tales como el teatro, la música, los videojuegos, en el caso de la literatura son también conocidos como lectores. En general siempre que se está produciendo una obra se está pensando en una audiencia ya que “todos los autores escriben o hablan para una audiencia, ésta es el grupo de oyentes, reales o imaginarios que el autor está tratando” (The Rhetorical Situation, 2020)<sup>3</sup> en este sentido y definido ahora de forma preliminar, una audiencia musical es aquel grupo que escucha determinado género, artista o conjunto de determinada época.

El hecho de que no se hayan estudiado audiencias de reguetón en México es llamativo para realizar una investigación, ya que México es un país que geográficamente se encuentra cerca de la ciudad donde se desarrolla la industria del género en cuestión que es Miami, además de que se encuentra cerca de los países de origen como Cuba, Puerto Rico y Colombia.

Como fue mencionado, el objetivo de la presente tesis es describir el contexto histórico de las audiencias musicales del reguetón en la CDMX, comparándolo con el del Caribe poniendo énfasis en la dimensión sociológica de las estrategias mediáticas de su difusión y consumo, además de recabar y analizar información de actores que se desempeñan en la producción y difusión del reguetón en la Ciudad de México.

Uno de los objetivos particulares de la presente tesis al contextualizar el nacimiento del reguetón como género en sus países de origen es mostrar la evolución del reguetón en Cuba, Puerto Rico y Miami poniendo énfasis a sus estrategias mediáticas de sus industrias musicales.

Posteriormente la investigación busca contextualizar la entrada y consolidación del reguetón en la Ciudad de México, también poniendo énfasis en sus industrias musicales y estrategias mediáticas, dicha información será recabada por fuentes

---

<sup>3</sup> Las traducciones de esta fuente son propias

escritas y entrevistas que se les harán a actores claves involucrados en la difusión y producción del reguetón.

Más allá de la pertinencia del tema seleccionado para la sociología, nos encontramos con que, en el caso de México, este ha sido poco explorado. La evolución de las audiencias musicales del reguetón en los países de origen del género ha sido abordada en múltiples trabajos, además de su historia y trascendencia. Entre éstos se encuentran *Nación Reguetón* de Rivera y Negrón-Muntaner (2009), *Los círculos socio-sónicos del reggaetón* de Marshall, Rivera y Pacini (2010), *La representación de la marginalidad por parte de la industria del reggaetón en Puerto Rico* de Thillet (2006), principalmente sobre los casos de Puerto Rico, Jamaica, Cuba, Panamá, Miami. En cambio, al realizar una búsqueda en Google Scholar con las palabras “reggaetón” + “México” no aparece ningún trabajo que nos hable del contexto histórico del reguetón en este país. La publicación más próxima resulta el artículo *Las juventudes en la escena del reggaetón: Chakas y Combos en el Distrito Federal y Zona Metropolitana del Valle de México* (González, 2014), que más bien se centra en el análisis de grupos identitarios afines al reguetón, acento este que es común con análisis sobre la importancia del género en la constitución de los “sonideros” en el país (López Cano, 2015).

Dado lo anterior, podemos concluir que la evolución de las audiencias musicales del género en la CDMX, no ha sido lo suficientemente estudiada, aún y cuando las particularidades de esta evolución saltan a la vista: México a diferencia del Caribe no tiene una población afrodescendiente tan grande en proporción, lo cual condiciona a que los géneros de mayor tradición en el país estén alejados de las matrices típicas del reguetón. Por otra parte, México es uno de los países de la región donde las industrias culturales locales se encuentran más consolidadas y con sus propios mecanismos de difusión masiva, sin embargo, el éxito reguetonero se ha gestado en buena medida a espaldas de ellas.

Para abordar el problema planteado fue necesario diseñar una estrategia metodológica.

La metodología de las ciencias sociales tiene un enfoque de objetividad en el que

se busca poder definir y concretar fenómenos para poder estudiarlos como objetos sociales. Estas objetivaciones pueden compararse entre sí para “examinar relaciones, semejanzas y diferencias entre dos o más objetos o fenómenos, con la intención de extraer determinadas conclusiones” (Colino, 2021).

Dependiendo del tipo de investigación que se esté haciendo se pueden comparar diferentes factores, los cuales se pueden pensar como sociedades, gobiernos, formas de trabajo, prácticas culturales, marcos de legalidad por país, accionar de los diferentes Estados, periodos históricos, entre muchos otros. (Colino, 2021). Mediante el método comparativo se pueden sacar diferentes conclusiones ya que al utilizarlo se nos presentan las similitudes y diferencias de los fenómenos estudiados. Uno de los sociólogos que ha utilizado este método es Max Weber, el cuál para describir las características del capitalismo burgués occidental tuvo que observar otros capitalismos como el chino o el de la India, Weber “utilizó un método comparativo en escala verdaderamente global (...) su mente brincaba constantemente de una cultura a otra y una época a otra cuando comparaba sus materiales” (Russel, 1992). Con dicho método se pretende comparar industrias musicales y audiencias de reguetón de Ciudad de México con las de otras partes del mundo, principalmente con las del Caribe, de esta manera podremos comprobar hipótesis y generar conclusiones.

Las estrategias de recopilación de información seleccionadas fueron mediante entrevistas, lo cual nos ayudó a obtener información de la evolución de las audiencias musicales del reguetón en Ciudad de México. Estas entrevistas se realizaron a informantes claves sobre las audiencias musicales de reguetón: productores, actores que se dedican a la creación de estrategias mediáticas, artistas, entre otros.

El tipo de entrevista que utilizaremos para la investigación será la entrevista semiestructurada, la cual se caracteriza porque tiene un mismo esqueleto de

preguntas para todos los actores entrevistados, pero su orden puede variar dependiendo el curso que tomé la entrevista, también puede variar como se plantean las preguntas y pueden surgir nuevas preguntas en el momento de la entrevista, siempre relacionadas con el tema (Ortiz, 2007). Se tuvo cuidado de evitar uno de las mayores dificultades que presenta esta técnica que al tener la ventaja de su flexibilidad puede inducir “el riesgo de la inconsistencia en los datos recogidos” (Ortiz, 2007, 26)

Teniendo esta información se comparó finalmente el contexto de Miami, Cuba y Puerto Rico, con el contexto de Ciudad de México, acentuando las similitudes y diferencias en la evolución de las audiencias musicales del Caribe y Ciudad de México

Para lograr los objetivos propuestos, la presente tesis se estructuró en tres capítulos más un apartado de conclusiones. En el Capítulo 1 “El reguetón como objeto de estudio, su contexto histórico de origen y su tránsito hacia la gran audiencia” se aborda el reguetón como un objeto de estudio desde distintas aristas. En primera instancia se describe al reguetón como un fenómeno musical, posteriormente se aborda la discusión de si el reguetón es un estilo musical o un estilo estético. Después de plantear estos diferentes conceptos y discusiones se considera importante para la presente tesis abordarlo como un género musical ya que esta es la concepción de muchos sellos discográficos y plataformas de *streaming*. Una vez acotar la perspectiva conceptual para abordar al reguetón como objeto de estudio, consideramos importante desglosarlo históricamente, para ello se mencionan tres casos fundamentales en su iniciación, crecimiento y consolidación; Puerto Rico, Cuba y Mami.

En el Capítulo 2: “El proceso de producción en la Industria Musical y sus particularidades en México” se aborda el concepto de industria musical y sus particularidades que la distinguen de otras industrias culturales, se aborda también como ha sido su tránsito de ser una industria de objetos tangibles como los vinilos o los CD’s a convertirse en una industria digital. En este capítulo también abordamos las dificultades que llegan a tener los músicos independientes en la industria musical

en México, y cuáles son las fases a seguir para la producción de un producto musical ya sea un álbum o un sencillo, además de sus actores implicados en dicho proceso

Por su parte en el Capítulo 3: “El Reguetón en Ciudad de México. El proceso de ampliación del consumo en México, sus estrategias mediáticas y la evolución de sus audiencias” se presentan fuentes primarias para la historia del reguetón en la Ciudad de México, estas son entrevistas hechas a actores claves en su producción, difusión y consumo, tales como Esa Mi Pau, Mucha Onda, Sugar Mami y Yubeili. Dichas entrevistas se pueden encontrar íntegras en el apartado de anexos.

Para finalizar se presentan las “Conclusiones del caso mexicano”, se comparan los casos estudiados de la Ciudad de México con los anteriormente expuestos de Puerto Rico, Cuba y Miami. Con estas comparaciones se llega a diferentes conclusiones sobre las particularidades del desarrollo de las audiencias del reguetón en México.

## **Capítulo 1: El reguetón como objeto de estudio, su contexto histórico de origen y su tránsito hacia la gran audiencia.**

¿A qué nos referimos cuando hablamos de reguetón? Esta es una pregunta que se puede resolver de muchas maneras, se puede pensar como un ritmo, como un género, como un fenómeno musical, como un estilo musical, un producto mercadológico e incluso hasta como un símbolo de identidad. Teniendo en cuenta que en el mundo de las conceptualizaciones sociales no existen las fronteras totalmente concretas, sino más bien aproximaciones, para los efectos de esta tesis es útil concebirlo desde tres enfoques: como fenómeno musical, como estilo musical y como género musical. En los epígrafes inmediatos, se explicará cada una de ellas. Particularmente, al tratar la definición de fenómeno musical se expondrá el concepto de audiencia, que constituye una pieza central de la presente tesis. En ese mismo marco, se definirá industria musical, otro concepto clave para comprender qué ha sucedido con el reguetón.

Más adelante, nos adentraremos en los contextos donde se origina esta manifestación cultural, examinando no sólo las condiciones de su emergencia, o sus antecedentes musicales; sino además su trayectoria hasta convertirse en un género ampliamente exitoso. Con estos propósitos se analizarán algunos casos que, si bien no son los únicos, sí resultan emblemáticos: Puerto Rico, Cuba y la ciudad de Miami. Este recorrido nos permitirá ubicar similitudes y disparidades con lo acontecido en México.

### **1.1 El reguetón como fenómeno musical**

El análisis del reguetón visto desde la Sociología no se puede quedar únicamente en una dimensión sonora, ya que de esta forma se estarían ignorando los nexos sociales que se relacionan con su existencia. De forma casi intuitiva se puede identificar los nexos sociales más evidentes que construyen a cualquier fenómeno musical y que le dotan de relevancia sociológica, por ejemplo, como los individuos participan directamente en la producción de la música o también cómo se conforman sus audiencias. En particular, el estudio de éstas es de gran relevancia para el desarrollo de la presente tesis. Para esto es necesario tener una perspectiva del



reguetón como fenómeno musical ya que de esta forma se puede hacer un análisis de sus audiencias en relación con sus estrategias de difusión.

Un fenómeno musical es desde el punto de vista de Grebe (1991) la perspectiva humana para analizar una obra musical, para que ésta no se quede vista meramente como una cosa, tomando en cuenta su “período histórico, cultura y estética, considerando cómo lo perciben, conciben, categorizan y conceptualizan los músicos creadores e intérpretes y sus receptores, en el contexto de sus respectivas matrices socioculturales”.

Los fenómenos musicales están atravesados por la cultura y las diferentes prácticas sociales que tienen los individuos que se relacionan con los diferentes géneros. Para abordar la presente tesis es fundamental observar y analizar la cultura alrededor del reguetón para poder comprender a sus audiencias. El comprender la música como un fenómeno nos hará entender a la cultura del reguetón y por lo tanto a sus audiencias ya que “la música como fenómeno cultural (...) no sólo captura, expresa y conforma, sino que desarrolla la cultura y la refleja” (Kossanova, 2016). En definitivas, asumir el reguetón como fenómeno musical nos permite incluir en su análisis a las audiencias, concepto que será necesario definir a continuación.

Audiencia se refiere a un determinado grupo de personas que participan activamente en un espectáculo o en el consumo de una producción artística o de entretenimiento tales como el teatro, la música, los videojuegos, y que en el caso de la literatura son también conocidos como lectores. En general siempre que se está produciendo una obra se está pensando en una audiencia ya que “todos los autores escriben o hablan para una audiencia, esta es el grupo de oyentes, reales o imaginarios que el autor está tratando” (The Rethorical Situation).<sup>4</sup> En este sentido una audiencia musical es aquel grupo que escucha determinado género, artista o conjunto de determinada época, el tamaño del grupo puede variar dependiendo del tipo de audiencia.

---

<sup>4</sup> Las traducciones de esta fuente son propias.

El concepto de audiencia no se entiende sin el concepto de medios, tanto medios como audiencias son conceptos recíprocos y complementarios (Orozco, 1997). Los medios son “lenguajes, metáforas, dispositivos tecnológicos, escenarios donde se genera, se gana o se pierde el poder” (Orozco, 1997, 26). Teniendo en cuenta que los medios son dinamizadores culturales que legitiman prácticas políticas, económicas y cotidianas en sus audiencias sería pertinente hacer la pregunta ¿Qué son las audiencias para los medios? Son según Orozco (1997) son sus límites en tanto condicionan la influencia de los medios que necesitan de su complicidad para resultar exitosos en sus estrategias de venta.

Sin embargo, la pregunta ¿Qué son las audiencias? Sigue siendo una pregunta compleja que puede arrojar más respuestas. Diferentes sectores de la sociedad miran a las audiencias bajo la órbita de sus intereses, por ejemplo, para las agencias de *rating* son meras cifras donde se divide la sociedad en relación con su preferencia a un medio, para los anunciantes son potenciales consumidores de productos anunciados en los medios (Orozco, 1997). Sin embargo, este mismo autor enfatiza que no se puede perder de vista que las audiencias están formadas por individuos que nunca dejan de ser sujetos sociales, históricos y culturales. Los individuos de las sociedades contemporáneas siempre formamos parte de ciertas audiencias, bien de un segmento o de otro ya que “las audiencias somos todos, con nuestras resistencias y complacencias a consumir lo ofertado en los medios” (Orozco, 199, 27)

Si bien las audiencias ante los medios son sujetos que pueden tomar decisiones como poner cierta distancia de los medios y sus mensajes, también son sujetos invadidos la ansiedad de encontrar algo nuevo y espectacular que los emocione en busca de algo que los haga salir de la rutina, esto puede causar que no se puedan oponer deliberadamente a ciertos medios. (Orozco, 1997)

Por un lado, las audiencias son sujetos inclinados a ciertos medios por sus emociones y por el otro los sujetos culturales que pueden disentir en lo privado y en lo público de los medios, que pueden incluso apelar a derechos de audiencia. Así, los sujetos de las audiencias tienen la capacidad de “significar su producción material y

simbólica, pero también de reproducir sin cuestionar las significaciones ofrecidas en los medios.” (Orozco, 1997, 28)

Un aspecto particularmente relevante para esta tesis es que el proceso de formación y crecimiento de determinada audiencia se va construyendo mediante los procesos de recepción e interacción que los grupos sociales tengan con los medios, y también de las mediaciones que atraviesen tanto a las audiencias como a los medios, estas pueden ser por el género, la etnia, la identidad, las instituciones sociales a las que pertenecen, así como movimientos y organizaciones en los que las audiencias participan. (Orozco, 1997).

En la actualidad las audiencias tienen una participación más directa y estrecha con sus medios gracias a los celulares y el internet. A este tipo de audiencias contemporáneas Gonzalez-Neira y Quintas-Froufe (2015) les llaman audiencias sociales.

El concepto de audiencias social surge de la fractura que se da entre las audiencias tradicionales y la efervescencia del internet a finales del Siglo XXI en un contexto “dominado por los dispositivos móviles, la irrupción de internet en el consumo mediático y la consolidación de las redes sociales” (Gonzalez-Neira y Quintas-Froufe, 2015, 9). El modelo de interacción con los medios de las audiencias tradicionales era conocido como el modelo de comunicación unidireccional, el cual carecía de una interacción directa entre medio y audiencia. En cambio, el modelo de las audiencias sociales, llamado modelo participativo usa la tecnología móvil y el internet para aprobar o desaprobar contenido y actitudes de los medios, es decir que las audiencias tienen un papel activo.

El concepto de audiencia social no se refiere a que las audiencias tradicionales no tuvieran ningún papel activo o participativo, ya que hay teorías como la usos y gratificaciones que consideran a la audiencia como un ente activo ante los medios de diferentes tipos. El concepto de audiencia social va referido a una interacción más directa e inmediata ya que “en la actualidad las audiencias son más y más activas gracias a la web 2.0, al contenido generado por el usuario y a las culturas participativas” (Gonzalez-Niera y Quintas-Froufe, 2015)

Las audiencias sociales se encuentran situadas en un entorno digital en que gozan de una gran autonomía en cuanto a decidir de qué manera, en qué lugar y en que tiempo consumen los contenidos de los medios, a la vez que asume un rol que no tenían las audiencias tradicionales, por ejemplo: el compartir contenido vía web con otros usuarios.

Relacionado con estas características de las audiencias en la actualidad, se entiende que el mayor dinamismo de éstas incide en el funcionamiento mismo de la industria musical el cual también ha variado sustancialmente en la contemporaneidad. Anteriormente las industrias musicales eran las responsables de poner todos los materiales para la grabación de un álbum o un sencillo, pero el panorama cambió con la digitalización y la llegada del streaming, ya que hoy varias bandas o solistas presentan el producto musical ya terminado a las plataformas de *streaming* o disqueras (Riveros, 2018), tomando en cuenta la recepción que van teniendo sus obras en las redes y plataformas.

Si bien la actuación del productor sigue siendo fundamental en la construcción de un producto musical, la tecnología facilita a las bandas y solistas entregar un producto finalizado a sus difusoras, a diferencia de épocas anteriores. Una de las tecnologías que más ha ayudado a los artistas de la era digital es la “domesticación” de la *Alta Fidelidad* en inglés conocida como *High Fidelity* con la que cuentan los medios de grabación para hacer que el producto sea lo más fiel posible al del sonido original. Es difícil encontrar en la actualidad un producto que no tenga *Alta Fidelidad* ya que “todo sistema o equipo de audio doméstico se nos presenta bajo esta etiqueta, indicando con ello una reproducción del sonido en formato estéreo y de muy buena calidad” (Márquez, 2010)

Este cambio de entorno de las disqueras está relacionado con una pérdida de recursos notoria en el inicio de la digitalización de la música ya que las industrias musicales tradicionales contrajeron una reducción de ingresos tras la disminución de las ventas de los discos físicos en el inicio de la digitalización de la música, por lo que

“el negocio de descubrimiento de artistas se volvió más riesgoso para las disqueras” (Riveros, 2018, 20)

Aproximadamente al inicio de la década de los 2000 las ventas de la mayoría de los discos físicos de los diferentes géneros llegan a un punto máximo que empieza a decrecer considerablemente, esto en parte se debe al lanzamiento de la plataforma de descarga musical Napster en 1999. Ya para el nuevo milenio “los gustos y hábitos consumistas de las personas habían cambiado y las disqueras no se estaban poniendo al día” (Shim, 2014).<sup>5</sup>

A raíz de este punto de quiebre las disqueras se dieron cuenta que no era rentable reclutar talento y promocionar carreras de artistas, ya que era especular bastante con el capital reducido debido a la digitalización, había que utilizar el capital con inteligencia ya que “para obtener una respuesta por parte del mercado hay que hacer uso de un sinnúmero de estrategias comerciales para posicionar el proyecto y obtener resultados en las cantidades necesarias” (Riveros, 2018, 20).

Las estrategias comerciales que se seleccionaron por parte de la industria musical son diversas, pero se pueden enfocar en tres grandes esferas: *el marketing experiencial*, *el branded content*, y *el marketing musical*. El primero busca tocar los sentimientos y emociones de los consumidores para generar una conexión; el *branded content* se basa en construir una marca creando contenidos con los que se identifique el público, en la mayoría de los casos la marca es el nombre de los artistas; por último, el marketing musical está basado en realizar una campaña directa para promocionar ciertos productos musicales de los artistas, sean álbumes, videos, canciones o *playlists*. Esta última estrategia está muy relacionada con los medios y la prensa, esta “se encarga de idear una buena campaña de comunicación para dar a conocer el producto (la música) que un artista ha creado” (Perris, 2014, 11). El enfocarse a estas estrategias era algo que implicaba un gasto importante para las disqueras en el marco de la digitalización.

---

<sup>5</sup> Las traducciones de esta fuente son propias

Por estos motivos las disqueras se enfocaron únicamente en promocionar y hacer crecer las carreras de artistas que ya tenían una popularidad consolidada, y con esto asegurar cierto número de ventas, inversiones y una buena difusión del artista promocionado. Si para los artistas se hallaba complicado entrar y posicionarse en el negocio de las disqueras, con este nuevo filtro se volvió todavía más complicado. (Riveros, 2018).

Sin embargo, la era digital trae consigo múltiples herramientas y recursos que pueden ayudar a crecer a los artistas y posicionarse en el mundo de la música. Los músicos de hoy si bien encuentran complicado encontrar un contrato para promocionar su carrera también tienen la ventaja de poder controlar su difusión de imagen de una manera más independiente que en épocas previas a la digital. Hoy la imagen personal que los artistas pueden hacer crecer en redes sociales es fundamental para poder promocionar su música, esto puede catapultar a muchos músicos a una carrera rentable y exitosa, ya que se pueden dar a conocer frente a las audiencias (Riveros, 2018)

Teniendo en cuenta las dificultades y facilidades que tienen los músicos de posicionarse en la industria musical de la era digital es pertinente mencionar de cómo funcionan los modelos de negocio de de *streaming* -definido como el consumo según la demanda que se lleva a cabo en plataformas digitales- y cuáles son las claves de su éxito. Las plataformas digitales se *streaming* entendieron como combinar varios modelos de negocios, la más popular es Spotify la cuál combina un modelo de negocio para la audiencia, otro más enfocado a la música y otro publicitario (Riveros, 2018).

El modelo de negocios enfocado en las audiencias que utilizan las plataformas de *streaming* como Spotify es conocido como *freemium*, el cuál consiste en ofrecerle al usuario la posibilidad de acceder a la plataforma y escuchar música sin la necesidad de pagar, a pesar de que los usuarios que optan por este plan tienen ciertas restricciones en la plataforma en comparación con los que optan por un plan de paga. Este modelo llega a funcionar como un gancho para que los usuarios conozcan y consuman la plataforma. (Riveros, 2018).

El modelo relacionado con la música que usan las plataformas como Spotify se conoce como *modelo de larga cola* el cuál consiste en tener un número muy extenso de canciones en la plataforma, muchas de las cuales no son muy populares pero si elegibles, por lo que los usuarios están tentados a conocer música y artistas nuevos, y los artistas pueden darse a conocer, se puede decir que la “esencia de este modelo es centrarse en tener una amplia variedad de productos que tienen un volumen de ventas bajo” (Riveros, 2018, 24).

El tercer tipo de negocio es el *modelo multilateral* que consiste en la publicidad que se coloca en las canciones o playlist de los usuarios que no contrataron un paquete de paga. En este modelo los grupos empresariales que pagan para subir su publicidad a plataformas como Spotify encuentran eventuales compradores de sus productos. (Riveros, 2018).

Estos modelos de negocio no serían rentables si las plataformas de *streaming* no tuvieran una estructura de nube digital que hace que el funcionamiento de los negocios sea más simple, al igual que plataformas de otras industrias como Uber, Netflix y Rappi. Estas industrias de nube digital no necesitan necesariamente ser dueñas de los productos que se ponen a disposición en el mercado, basta con ser dueñas de las plataformas de internet, por ejemplo, Uber no necesita poseer los carros que se utilizan en su plataforma, Rappi no necesita tener restaurantes o cocineros contratados y Spotify no necesita tener estudios o músicos a su disposición, por supuesto se tiene que tener en cuenta que las plataformas de nube digital llegan a suscribir negocios con diferentes empresas pero no es un requisito indispensable. (Riveros, 2018)

La estructura de las plataformas de nube digital tiene éxito porque eliminaron la producción de productos físicos y el inmueble donde se vendía la mercancía, con esto se ahorraron costos mientras al usuario le suprimieron la eventual incomodidad de salir por su producto. El caso de Netflix es interesante ya que fue

una plataforma que sustituyó a los negocios de renta y venta de películas, con esto “eliminó tener que ir al establecimiento para rentar la película, recargos por demora en entregas o daños, y se centró en la comodidad de las personas al tener un amplio catálogo disponible” (Riveros, 2018).

En el marco de lo descrito hasta aquí, no se puede perder de vista que la revolución del streaming para la industria musical por supuesto impactó también en las audiencias y de forma más específica en el modo de estudiarla. En la década de los ochenta la mayoría de los estudios que se hacían en Estados Unidos sobre recepción de contenido cultural se basaban en la representatividad numérica, es decir datos que mostraban indicadores como ventas o reproducciones. Sin embargo, Elizabeth Lozano (1999, 51) nos dice que ese tipo de estudios cambiaron en la década de los noventa, ya que se empezaron a reconocer los fenómenos culturales de esas recepciones, por lo que debemos pensar a las audiencias musicales no meramente como números sino tomando en cuenta lo que parece invisible, “renovando el interés por el estudio de las audiencias desde una perspectiva cualitativa”.

El tránsito de las audiencias homogéneas a las audiencias plurales en la recepción del contenido de los medios de comunicación incluye abordar a las minorías sociales en las producciones de masas. La recepción de estas producciones se vuelve un espacio de apropiación y sentido a las cuales los individuos les dan significado dependiendo sus preferencias. En este sentido, podemos considerar que en la época actual se refuerza la distinción entre consumidores y audiencias, los primeros están más relacionados con la relación compra-venta y tienden a los grandes números, mientras que el estudio de las audiencias debe de apuntar más a prácticas culturales de los individuos. Así, el concepto de audiencia nos resulta más apropiado para acercarnos de manera sociológica con etnografía, las entrevistas, o la observación participativa.

Finalmente, vinculado con el concepto de las audiencias, la corriente de los Estudios culturales llamó la atención sobre la necesidad de incorporar el concepto de “mediación” como elemento explicativo de las interacciones entre los medios y las



audiencias (Orozco, 1991). En última instancia, el concepto de “mediaciones” nos invita a dejar comprender una obra de arte como un objeto de belleza independiente, al tiempo que tampoco lo reduce a un producto social ajeno a ciertas normas del arte. El concepto de mediación implica ver a las producciones artísticas como “mercancías culturales de expresiones complejas salidas de las interacciones que las producen, atravesadas por la condición de sus objetos materiales” (Shepherd y Devine (2015, 10). Es decir, una obra musical no es mero objeto material, sino un objeto en constante interacción entre personas, esta interacción es determinante para que la obra pueda ser vendida y consumida. La materialidad con la que se constituye la obra si puede orientar cierta constitución de la misma y su popularidad, pero no determina su consumo, para lo cual habría que referirse a un factor muy importante: la industria musical.

Orozco (1991) identifica varios tipos de mediaciones que actúan entre las audiencias y el producto musical, interfiriendo en la atribución de significado a la comunicación y la producción de sentido al consumirlo. Las mediaciones pueden provenir del propio sujeto que forma parte de la audiencia como un ente “con una historia y una serie de condicionamientos genéticos y socioculturales específicos” (Orozco, 1991, 117). Otras mediaciones provienen del discurso de las industrias culturales el cuál se naturaliza en el sentido común de las audiencias, otras mediaciones vienen del entorno institucional y estructural en donde interactuar las audiencias, a continuación, especificamos los tipos de mediaciones.

Orozco (1991) enfatiza en dos grandes tipos de mediaciones; mediación cognoscitiva y mediación institucional. La primera de ellas está dividida en esquemas mentales, repertorios y guiones, mientras que la segunda está referida a las interacciones de los sujetos de las audiencias con las instituciones, a continuación, se exponen las tipificaciones.

La mediación cognoscitiva se refiere al proceso de aprendizaje que llega a tener la audiencia mediante sus procesos de recopilación de información. La primera subdivisión conceptual de esta medición es el “esquema mental”, sumamente estudiado en el campo de la psicología del conocimiento, se refiere a una

estructura mental que actúa en los procesos de aprendizaje de los individuos. En definitivas, este esquema es el que estimula al sujeto para buscar una determinada información o producto. Mientras que por otra parte los repertorios dan la relevancia a lo que el sujeto consideró importante de esa información, son los que “subrayan el contenido y relevancia de qué se procesa para el sujeto” (Orozco, 1991, 119).

Por otra parte, la mediación institucional se da cuando los individuos participan como audiencias en el marco de otras instituciones, esto es, a partir de su interacción en instituciones como la familia, la religión, la economía, el Estado, entre otras. Con esto el sujeto realiza “un esfuerzo por significar los guiones del sujeto de acuerdo con la intencionalidad particular de cada institución” (Orozco, 1991, 120). Y a su vez las instituciones hacen significar los valores importantes para éstas sobre las audiencias, hecho que es conceptualizado como “el guion” de cada institución, mismo que condiciona la agencia del individuo ante un producto musical.

## **1.2 ¿El reguetón un estilo musical o un estilo estético?**

Una vez definido el concepto de fenómeno musical y de audiencias como piezas claves para abordar el reguetón, es posible considerar otra manera diferente de definirlo mediante el concepto de estilo musical. Esta definición se enmarca en las significaciones simbólicas que caracterizan y contribuyen a tipificar a ciertos autores, obras o escuelas musicales (Arias, 2020, 136). En estilo resulta -en definitivas- lo que hace singular a la obra en el sentido simbólico.

Para la presente tesis es fundamental entender al reguetón en el sentido simbólico ya que tiene gran relevancia entender los rasgos estéticos que comparten las audiencias con los artistas o representantes, así como sus vínculos emocionales e identitarios. Estos elementos se encuentran muy presentes también en las estrategias de difusión. Por todo lo anterior, consideramos fundamental mirar al reguetón también como un estilo musical.

El estilo musical del reguetón está determinado por el tipo de reguetón que se esté analizando y su época determinada. Arias (2020) distingue cuatro grandes olas de

estilos en un plano general dentro de la historia del reguetón, estas son: primera ola de reguetón puertorriqueño, reguetón pop colombiano, nueva ola de reguetón puertorriqueño y trapetón.

- Primera ola de reguetón puertorriqueño

Se da en el contexto en el que los descendientes de migrantes jamaicanos se asientan en Panamá para realizar reggae en español, alrededor de los años ochenta y hasta entrada la década del 2000, éste se exporta a Puerto Rico y comienza a tener conexiones con el hip hop de Estados Unidos. Artistas representativos de este estilo son Daddy Yankee, Wisin y Yandel, Don Omar, Tego Calderón, entre otros.

- Reguetón pop colombiano

Se da a principios del 2010, cuando el reguetón se asienta en Colombia, aquí éste se combina con el pop y el *dancehall*, no solamente en el sentido musical sino también de imagen y de estrategias de venta. En esta oleada el reguetón se posiciona exitosamente en el rubro internacional. Gran parte de esta oleada esta representada por el artista puertorriqueño Nicky Jam, el cuál decidió asentarse en Colombia para explotar su carrera. Según la fuente utilizada, la música de Nicky Jam tiene “influencias de la música colombiana como el vallenato, se distinguen por un tono romántico y una aproximación más melódica, centrada en la voz cantada”. Otros artistas de este periodo son Maluma, Karol G o Reykon

- Nueva ola del reguetón puertorriqueño

Inicia ya pasados en 2010 y está representada por varios autores boricuas. A diferencia de la ola anterior sus producciones se combinan con el trap latino, pero también acercándose al reguetón-pop colombiano. Los cantantes puertorriqueños de esta oleada cada vez construyen menos su carrera con duetos, como era el caso de Wisin y Yandel, y de varios representantes de la primera ola; en su lugar prefieren potenciar la carrera en solitario y el *branding* artístico. Representantes de esta época son Ozuna, Bad Bunny, Becky G y Anitta. Además, en esta oleada es más notoria la participación de mujeres.

- Trapetón

Se inicia con la entrada la década del 2000, es un estilo que al acercarse al trap, mientras se aleja del pop, como si quisiera regresar a la primera oleada del reguetón, pero con una construcción musical distinta ya que incorpora sonidos más raptos. El trapetón “frente a las propuestas “agradables” del estilo colombiano (...) representa la nueva forma de expresar la “autenticidad” de la calle” (Arias 2014). Representantes de este estilo son Farruko, Trap Capos, Anuel AA, entre otros.

No obstante, estas corrientes estilísticas no deben ser tomadas únicamente desde la composición musical, sino como fenómenos que influyen en las formas de vida de los consumidores, por ejemplo, en sus vestimentas, su lenguaje, y sus referentes. De hecho, en ese sentido, es posible considerar que entre los parámetros que definen al estilo musical, existen elementos suficientes para considerar existe un estilo estético del reguetón. Sin profundizar en la amplia discusión que sobre la estética y sobre el estilo que ha sostenido la teoría del arte, y retomando sólo las discusiones sistematizadas por José Enrique Monterde (1994) es posible definir el estilo estético como aquel conjunto de rasgos constantes que aparecen en las manifestaciones artísticas de un individuo o grupo, que traduce ciertas singularidades de un determinado contexto temporal pero que también -al proporcionar cierta experiencia expresiva y generar significación particular- pretende una distinción a nivel individual y colectiva de sus exponentes. Como se mencionó las particularidades estéticas del reguetón, se observan no sólo en sus rasgos musicales, otra arista por dónde afloran claramente es en sus bailes.

Un factor sumamente importante cuando se distingue al reguetón de otros géneros es su característico baile conocido como *perreo*, es un baile que se da en pareja como la mayoría de los bailes latinos en donde las personas usan sus cuerpos para convivir con la gente en el entorno festivo (Rodrigues, 2012). Su nombre proviene de la imitación de la pose del coito canino mientras se baila, en general la mujer se pone de espaldas al hombre mientras mueve el trasero contra la ingle del hombre, los dos se paran en cuclillas y van bajando y subiendo al ritmo de la música. (Rodrigues, 2012). Cabe mencionar que hemos encontrado que el perreo ha adoptado muchísimas nuevas formas de realizarse, hay ocasiones que se baila

sin pareja, otras que se baila entre dos mujeres, e incluso a veces se hacen tríos, es una expresión de libertad corporal que rompe muchos estándares impuestos por la sociedad. Sobre las características formales de este baile se encuentran numerosas publicaciones tales como... *Reggaton, Mujeres e Identidades* «Yo quiero bailar... Eso no quiere decir que pa' la cama voy» de Carolina Rodrigues (2012), *Vamos pal perreo* de Salinas, y Ruiz, J (2020) o *Música, imagen y sexualidad: El reggaetón y las asimetrías de género* de Martínez (2014) entre otros.

Otro aspecto mediante el cual el reguetón se singulariza artísticamente y busca expresar ciertos códigos estéticos es el relativo a la vestimenta. Este elemento es particularmente revelador, pues desde la segunda mitad del siglo XX, la industria de la moda ha tomado la vanguardia a la hora de sentar cánones expresivos y estéticos, suplantando la función que hasta entonces habían desempeñado las artes (Quiñones, 2020). En cuanto a la vestimenta que promueven los representantes de este género podemos afirmar que se deriva mayormente de la cultura del *hip hop*, el cuál es uno de los géneros que ayudo al reguetón a consolidarse. Los hombres de la cultura del hip hop vestían “pantalones, sobre todo jeans y camisetas anchas muchas veces con gorras y joyas llamativas y abundantes” (Rodrigues, 2012) tal como lo podemos observar en muchos representantes del nuevo género como Daddy Yankee o Ozuna. La vestimenta de las mujeres en el reguetón se caracteriza por tener un estilo *sexy* al portar poca ropa y pegada para que el *perreo* pueda llegar a ser más sensual (Rodrigues, 2012). Destacan también las piezas de colores fosforescentes, los materiales sintéticos y transparentes, así como el estilo *cropped* (recortado). Representantes de esta vestimenta son Ivy Queen, Rosalía o la recientemente multipremiada Karol G.

### **1.3 El reguetón como género musical**

Un género musical es una categoría que permite la clasificación de obras que se puede usar para distintos fines. Para definir un género determinado se utilizan criterios

musicales y sociales. Entre los primeros, se destacan elementos sonoros como el ritmo, la instrumentación, la armonía o la melodía.

Cuando definimos géneros musicales -especialmente en la música popular- tenemos que tener cierta precaución porque éstos están relacionados con otros géneros y subgéneros, por lo que es imposible definir un límite totalmente concreto entre ellos. Los géneros musicales y sus criterios “son siempre una aproximación y por lo tanto relativos lo que significa que no hay categorizaciones “correctas” o definitivas” (Muros de Absenta, 2010)

Marina Arias (2020) nos menciona lo completa que puede llegar a ser la definición de géneros musicales, a los cuales no solamente se les debe de tomar como etiquetas dadas a priori sino también como interacciones entre la industria, el texto y el sujeto, y además se tiene que tener en cuenta que “están determinados tanto por los objetos musicales como por el contexto sociocultural en el que se desarrollan, son etiquetas flexibles y dinámicas”.

Parte de la definición del reguetón como género la tomamos del Diccionario de la Música (Kattari, 2014) el cual aborda al reguetón en varias dimensiones, como la social, la musical, la comercial y la histórica. Según Kattari el reguetón:

“es un género de música comercialmente exitoso que se desarrolló en Puerto Rico durante la década de 1990 y se convirtió en cada vez más popular a nivel internacional a lo largo de finales del siglo XX y principios del XXI primeros siglos. Está claramente influenciado por el reggae y hip-hop”

Para el desarrollo de la presente tesis es importante poder analizar al reguetón como género musical, ya que al centrar la investigación en sus estrategias de difusión es importante mirar su comportamiento en el mercado con relación a sus audiencias. Diferentes disqueras, plataformas digitales de música, radios difusoras, entre otras empresas catalogan al reguetón como un género por lo que es de suma importancia para este trabajo concebirlo bajo estos términos. Como se ha discutido, con frecuencia la variable determinante en la definición de un género es la clasificación que operan las industrias musicales (Guerrero, 2012).

Cuando definimos géneros musicales tenemos que tener cierta precaución porque éstos están relacionados con otros géneros y subgéneros por lo que nos es imposible definir un límite entre ellos, los géneros musicales y sus criterios “son siempre una aproximación y por lo tanto relativos lo que significa que no hay categorizaciones “correctas” o definitivas” (Muros de Absenta, 2010)

Los criterios musicales para definir un género pueden variar dependiendo quién y con qué objetivo haga su clasificación. Con base en el portal Club de Rock (2012). el portal ABC (2010) y Ecured (2011) sistematizamos una serie de características distintivas desde el punto de vista de su composición musical:

- Tiempo

Es el compás en el que generalmente están escritas las canciones, es decir la velocidad de la canción (Club de Rock, 2012). Esta puede ser medida mediante los BPM (beats por minuto) esta es la velocidad en la que se están reproduciendo los patrones sonoros, también conocida como *tempo*. El tempo del reguetón oscila entre los 90 y 100 bpm (Escribir Canciones, 2016). Las clasificaciones de velocidad en música dependiendo de los BPM de las obras son las siguientes (Clases de Guitarra, 2020)

Largo: El más lento, contiene alrededor de 20 BPM

Adagio: lento alrededor de 60 BPM

Andante: moderado, alrededor de 90 BPM

Allegro: moderado rápido, alrededor de 120 BPM

Presto: Rápido, alrededor de 200 BPM

En conclusión, podemos situar al reguetón con una velocidad moderada y moderada rápida.

- Características rítmicas

El ritmo es una serie de pulsos o golpes, su velocidad se le conoce como tempo, y está determinado por los BMP mencionados anteriormente, la fuerza con la que se

constituye cada pulso del ritmo es conocida como acento, la estructura del ritmo se ordena por compases.

El ritmo del reguetón es sincopado, es decir que constantemente prolonga una figura de un tiempo débil a un tiempo fuerte, este “se repite casi en cada compás del reggaetón, aquél podría leerse como una perenne repetición de la frase “pum, pumchá-cha.” (Bartra, 2019)

- Características melódicas

La melodía es una sucesión de sonidos que se desenvuelve en una secuencia lineal o temporal, las melodías se basan en 12 notas: Do, Ré, Mi, Fa, Sol, La, Si, y sus sostenidos, es una secuencia organizada con los pulsos del ritmo, es lo que hace reconocible y recordable una pieza.

El reguetón usa melodías que tienen una progresión de acordes fácilmente reconocible, que se coordina con el ritmo *dembow*. En la creación y venta del reguetón es fundamental una buena melodía para que la pieza pueda ser recordada y reproducida (Merece la pena, 2017)

- Características armónicas

Es el fondo musical en que está contenida la melodía, son los sonidos producidos o tocados al mismo tiempo, como cuando un pianista toca tres teclas al mismo tiempo formando un acorde. (AngelMind, 2018)

La progresión de los acordes es la base de la armonía, estas progresiones se crean utilizando números romanos en el que cada uno representa un grado de tonalidad o escala. La progresión de acordes más usada en el reguetón son I V VI y IV. (Gil Lozano, 2013)

- Estructura de las obras

La estructura de composición de verso-estribillo, que constantemente empieza por la pista y el ritmo, y después incorpora la letra. Las canciones del reguetón pueden ser cantadas o rapeadas.



A la hora de crear reguetón es importante la simpleza en la letra, ya que el público no le interesa juzgarlo con normas de belleza literaria ya que “las canciones de reggaetón no son sencillas, no son poesía. Apuntas a la mayoría de la gente. Tienen que ser fáciles de entender y de recordar” (Escribir Canciones, 2016)

Difícilmente en el reguetón existen solos de algún instrumento como en el rock, metal o jazz. Su instrumentación es una combinación de la música caribeña (como la salsa y la conga) y norteamericana (como la electrónica), se usan para hacer reguetón se utilizan sintetizadores, samplers, caja de ritmos, trompetas y percusiones. (Escribir Canciones, 2016)

#### **1.4 Contexto histórico del reguetón desde sus orígenes hasta su éxito mediático: algunos casos emblemáticos: Puerto Rico, Cuba y Mami**

Las particularidades del reguetón como fenómeno no se agotan en sus características musicales. Igual de importante es examinar su trayectoria histórica, máxime por su impresionante evolución hasta convertirse en una de las manifestaciones musicales más escuchadas en la actualidad. A continuación, se ofrece una breve panorámica de sus orígenes para luego examinar su desarrollo en algunos países que pueden ser considerados casos emblemáticos del éxito reguetonero.

El reguetón en cuanto género musical encuentra sus raíces en la combinación del reggae y el rap durante la década de los ochenta en países del Caribe y Centroamérica como Puerto Rico, Jamaica, Cuba y Panamá. Todos estos países tuvieron una emigración importante hacia los Estados Unidos, principalmente a ciudad de Miami, la cual fue una entidad clave para la producción y consolidación de este género (Luci y Soares, 2019).<sup>6</sup>

Parte de las raíces del reguetón surgen del género *Dancehall* de Jamaica, uno de sus principales exponentes es Shabba Ranks, el cual popularizó en 1991 una canción

---

<sup>6</sup> Este trabajo será la referencia fundamental en lo que resta de este apartado, a menos de que se mencione explícitamente

llamada *DemBow* en donde combinaba el rap con el reggae. Posteriormente la base rítmica de esta canción se utilizó para muchísimas producciones de reguetón.

Estas primeras aproximaciones a lo que después sería el reguetón no tenían todavía ninguna mezcla con la salsa y la bachata que tienen hoy varias producciones de reguetón. Se afirma que hasta antes de la década de los noventa los géneros con los que se mezclaba el *Dancehall* (que se puede pensar como una variante del reggae) eran únicamente el hip-hop y el rap.

Es fácilmente perceptible que el reguetón como género musical, tiene como piedra angular la mezcla de idiomas en las letras de sus canciones. En la región del Caribe hay una fuerte presencia tanto del español como del inglés en los diferentes países, estos idiomas se interrelacionan en la región creando términos y expresiones que dan lugar a neologismos, por lo cual es consecuente que también se hayan usado en el reguetón.

La interrelación de los dos idiomas es en parte provocada por fenómenos migratorios, por ejemplo, hay una fuerte migración de países anglocaribeños como Jamaica a Panamá, que es un país importante en la evolución del reguetón. Otro ejemplo es el de la migración que existe de gente de los países caribeños hacia Estados Unidos y sus retornos hacia sus países de origen luego de ser deportados. Estudiar el papel que juega la migración en la construcción y consolidación de audiencias musicales puede ser relevante desde un enfoque sociológico en donde podríamos pensar en varias corrientes que pueden tocar el fenómeno tales como sociología de la migración, sociología de Latinoamérica, sociología económica, entre otras.

A partir de la década de los noventa el *DemBow* empieza a combinarse con otros géneros, en este periodo se empieza concretar lo que hoy conocemos como reguetón, a la par que va ganando para su causa a productores, DJ's y empresas con presencia en el mundo de la música comercial. Este período estuvo acompañado de cambios tecnológicos que ayudaron a componer diferentes canciones mezclando varios géneros musicales.

Entre los cambios tecnológicos que existieron en esta transición, uno de muy alta importancia fue el del cambio del *sampler* al sintetizador, ambos aparatos para mezclar música. El primero solo reproducía grabaciones ya hechas para mezclarlas con la música en vivo, mientras que el sintetizador funciona como un instrumento musical que genera sonidos que se pueden ir mezclando con mayor improvisación en las canciones. A la par de estas innovaciones tecnológicas el reguetón se empieza a combinar con la música electrónica, la salsa y la bachata, por lo que se hace másailable y su mercado se consolida en países del Caribe, al punto de irse posicionando como un ícono de las juventudes por ejemplo en Puerto Rico. Posteriormente explotaría en Estados Unidos y en el cono Sur del continente americano.

Otro factor para considerar es el papel de la industria musical, al tener consumidores bilingües las productoras se empezaron a concentrar en Miami, el Estado estadounidense geográficamente más cercano al Caribe, el cual tiene una cantidad importante de migrantes latinoamericanos, sobre todo caribeños. Se estima -por ejemplo- que en Miami hay casi un millón de cubanos. (Fajardo, 2015). Esta mezcla de industrias, latinos, y tecnología va a dar lugar a una agrupación de géneros que se conoce como música latina, o como lo afirman Lucy y Soares (2019): “El hecho de que varias sedes de industrias musicales y del entretenimiento se concentren en Miami desde finales de la década de los noventa revela una creciente latinoamericanización del concepto de música latina”.

Pensar a Miami como una capital del reguetón en términos mediáticos, nos permite ver a las audiencias musicales íntimamente relacionadas con las estrategias mediáticas ya que en este territorio existen múltiples industrias culturales como disqueras, radiodifusoras, o casas televisivas que influyen en las producciones y promociones del reguetón. Una visión sociológica de estos fenómenos puede darse desde la Industria Cultural de Adorno y Horkheimer, sin entender por supuesto que la industria cultural de una forma unilateral como absolutamente enajenante, sino reivindicando que los individuos tienen cierto margen de agencia sobre ella.

El reguetón es un género musical que encuentra sus raíces en la combinación del reggae y el rap en la década de los ochenta en países del Caribe y Centroamérica como Puerto Rico, Jamaica, Cuba y Panamá. Todos estos países tuvieron una migración importante hacia los Estados Unidos, principalmente a ciudades como Miami y Nueva York, las cuales fueron entidades claves para la producción y consolidación de este género. Como se ha afirmado “las migraciones de caribeños (panameños, jamaquinos y puertorriqueños) a Nueva York tienen un papel fundacional en el origen de este género musical” (Lucy y Soares, 2019, 9).

Pero en tanto, la trayectoria histórica del reguetón adquiere acentos propios en diferentes contextos, a continuación, se realizará una ágil reconstrucción de sus avatares en tres núcleos donde el género ha obtenido un éxito emblemático: Puerto Rico, Cuba y Miami.

#### **1.4.1 Antecedentes del reggae y dancehall**

El reggae y posteriormente el dancehall son fenómenos musicales oriundos de Jamaica que a la vez son inseparables de la historia del reguetón, por lo cual es imprescindible mirar ciertos pasajes de su historia. Este recorrido, se hace interesante en tanto nos permite apreciar algunas de las raíces más antiguas del género en África y concretamente de Etiopía. En particular, consideramos importante remarcar cómo se retoma la imagen de Selassie en la cultura reguetonera y también el impacto de la religión de los dreads, elementos que nutrieron primero al reggae, posteriormente al dancehall y finalmente pasarían al reguetón.

En muchas ocasiones ciertas sociedades interpretan y analizan las religiones que les fueron heredadas de sus antepasados, y al no sentirse totalmente identificadas con estas deciden crear nuevas religiones. Tal es el caso de la religión rastafari o religión de los dreads, religión que surge del cristianismo y busca hacer una interpretación decolonial basada en profecías bíblicas que hablan de la llegada de un rey de la línea de David, el cual será el redentor de los oprimidos y llevará a los descendientes africanos a la liberación. En esta religión, las personas afrodescendientes creen en

un dios negro, proveniente de Etiopía que fue asociado al último emperador de ese país Ras Tafari Makonnen, también conocido como Haile Selassie, destacado por su lucha contra el imperialismo y el racismo (Kroubo, 2009). Siguiendo esta línea, el reggae jamaicano tomó muchos elementos culturales de la imagen de Selassie, por ejemplo, el asociarlo y reivindicarlo como *El León de Judá*, metáfora que hace referencia a la tribu de Judá a la que pertenecía el Rey Salomón y la Reina de Saba, siendo el león es un símbolo continental de África y de la misma religión rastafari (Kroubo, 2009). Esta imagen no solamente se asoció a la cultura rasta sino también a su música reggae, como ejemplo tenemos el caso de la canción “Lion of Juda” de Bob Marley. Otro elemento que adoptó el reggae de la imagen del emperador etíope fueron la oposición a la guerra por ejemplo la canción “War” del mismo Bob Marley está inspirada en un discurso pronunciado por Selassie ante las Naciones Unidas en 1963 en contra de las guerras (CMF Radio, 2023). Esta canción específicamente tiene referencias a la libertad, a la igualdad y a la paz. Otra canción del reggae que hace referencia a Selassie es “Downpressor Man” de Peter Tosh en la cual habla de la “desigualdad social que persistía en Jamaica tras su independencia de Gran Bretaña en 1962” (Ubisoft, 2022) con un acento en los ideales rastafaris y el espiritualismo, la canción llama a la unidad y la lucha por los derechos humanos. En este punto observamos, el marcado discurso de justicia social que aportó la cultura rastafari al reggae y en particular su enfoque hacia la opresión vivida por los grupos afrodescendientes. En este sentido, destaca, la pieza “Old Marcus Garvey” de Burning Spear que hace referencia a Marcus Garvey; un activista jamaicano el cual fundó la Asociación Universal para la Mejora del Hombre Negro, de cuyo activismo el movimiento rastafari tomó banderas (Trost, 2007: 35-48).

Detenernos en estos aspectos nos permite complejizar la mirada sobre el reggae, género que al alcanzar su consolidación a nivel global se suele asociar de forma unilateral a la violencia y al consumismo. Sin embargo, en los antecedentes a partir del cual se conforma el género observamos influencias que enarbolan principios radicalmente opuestos, como lo evidencia el aporte de la cultura rastafari.

Ahora, teniendo en cuenta que el reggae nutrió e influyó sobre el reggaetón en sus inicios, es pertinente hacernos la pregunta ¿cómo transitaron sus aportes culturales -por ejemplo- la imagen de Selassie y los valores asociados a ella- a la cultura regetonera? Gran parte de estos elementos se pueden notar en la transición que hace se primeramente del reggae al dancehall, y posteriormente del dancehall al reguetón. La transición del reggae al dancehall tiene sus raíces principalmente en Panamá en los años ochenta. Si bien la explosión mediática del reguetón como tal se dio en Puerto Rico como lo mencionamos en la presente tesis, según Samponaro (2009: 489) los primeros músicos de lo que se puede considerar reguetón se encuentran en Panamá a partir de una relaboración hispana del dancehall. Los canaleros “fueron sus primeros creadores, fueron artistas panameños que realizaban raps en español, con la experiencia del rap-dancehall jamaicano” (2009: 489). En este punto converge el reguetón con el dancehall, este último es un género heredado en gran parte por el reggae y la música principal de los rastafaris, sin embargo, antes de mencionar los alcances que tuvo la imagen de Selassie sobre el reguetón panameño consideramos que primero es necesario enfatizar más en los orígenes materiales y culturales del fenómeno del reguetón en Panamá.

El surgimiento del reguetón no hubiera sido posible sin el fenómeno migratorio previo que generó la construcción del Canal de Panamá en 1903, dicha obra utilizó en gran parte a población afrocaribeña y particularmente a jamaquinos, ya que desde 1820 el país centroamericano recibía este tipo de población para trabajar como mano de obra y con la construcción del canal esta migración aumentó de forma considerable (Samponaro, 2009: 490-492). Siguiendo con la misma fuente, tanto la población afropanameña como la población afrocaribeña que trabajó en esta macro obra sufrió racismo y clasismo por parte de los militares, policías y agentes del Estado Estadounidense que coordinaban la construcción del canal. Esto contribuyó a que esta clase explotada pudiera contrabalancear este rechazo mediante tradiciones festivas en donde la música de los migrantes adquirió una gran importancia, y generó que la música de los afropanameños y afrocaribeños se combinara haciendo nuevos estilos como el *cha-cha-cha daley* en el cual ya se expresan sentimientos de pertenencia de los migrantes caribeños hacia Panamá, pero que además

acompaña a la movilización política por los derechos de afrodescendientes en Panamá. Este tipo de luchas fueron en parte inspiradas por el modelo de la lucha por los derechos civiles de Estados Unidos, la lucha en el país canalero llegó a crear la Asociación Reivindicadora del Negro Panameño, esta organización se preocupaba por el entendimiento y “comprensión de la negritud en Panamá en relación con la diáspora africana en otras partes de América, especialmente en Jamaica, de donde muchos panameños tenían sus orígenes familiares”. Estos fenómenos nos muestran una conexión directa de Panamá con Jamaica, tejiéndose hibridaciones en las cuales desde la música se recuperan reivindicaciones antiracistas que son unas de las banderas principales de la religión de los dreads que buscaban un cristianismo negro emancipador. (Kroubo, 2009).

El crecimiento de esta hibridación cultural y musical en Panamá trajo lo que Samponaro considera las primeras grabaciones de reggae latinoamericano a mediados de los 70, combinando un sinfín de estilos y géneros que se dan en el Caribe, tales como la cumbia colombiana, la soca trinitaria, el calypso, la kompa haitiana y por supuesto el reggae jamaicano. A esta conjunción de culturas migrantes latinoamericanas y caribeñas, se sumó el aporte de soldados negros e hispanos estadounidenses que llegaron a Panamá por acuerdos de Estado, los cuáles a diferencia de los otros militares (blancos) hicieron una comunidad profunda con los trabajadores migrantes, quienes aptarían las influencias de géneros norteamericanos como el funk, el R&B y el hip hop. (Samponaro, 2009: 490-492)

A esta combinación de sonoridades y culturas en Panamá se añadió el dancehall (en la década de los ochenta), que de igual forma tiene un origen popular ya que “surgió en los barrios marginales de Kingston como una voz contra la pobreza y el racismo y, de su predecesor (el reggae), heredó una fuerte orientación rítmica, comúnmente denominada "riddim"”. (Samponaro, 2009: 491). En este punto podemos notar que el dancehall ya se trasladó a Panamá no solamente como un género popular, sino también abiertamente en contra de la pobreza y el racismo, aspecto que el género retomó de la religión de los dreads y por supuesto de la recreación que hace esta de Selassie.

Otra autora que considera al dancehall una música de resistencia es Margarita López (2023), la cual afirma que este género no hubiera podido construirse sin las opresiones que sufrieron los desposeídos ya que “el dancehall surge como forma de rebelión y resistencia ante dichas opresiones, en su expresión se distingue la marca de las violencias ejercidas en su contra” (López, 2023)

Cuando el dancehall se empieza a transformar en el reguetón en Panamá a finales de los años ochenta, si bien rápido alcanzó una gran popularidad en los salones de baile de país canalero, la sociedad tuvo dificultades para definirlo, se le llegó a llamar “reggae cumbia”, “rap cumbiero” o “dancehall tropical”. Por su parte, las radiodifusoras panameñas se negaron a colocar al nuevo ritmo en sus programas, hasta que no pudieron ignorar la canción *Tu Pum Pum* de El General que resultó una canción sumamente popular en aquella época. (Samponaro, 2009: 491).

La letra de la canción *Tu Pum Pum* reivindica las costumbres de las festividades de Centroamérica y el Caribe, haciendo mención a Puerto Rico, Santo Domingo, Jamaica, Costa Rica y Panamá (Música.Com, 2019). Es llamativo en este éxito que no se retoman los valores ni motivos anti-opresivos, sino una letra desenfadada que invita a perderle el miedo a ir a festividades y bailar, y por supuesto también reivindica el gusto y la diversión por el coqueteo y el sexo.

A propósito de lo anterior, podemos apreciar que el reguetón a diferencia del reggae, y en menor medida del dancehall, va a ser un género con mucho mayor apertura hacia la diversidad sexual, tanto en el baile como en lo explícito de sus letras. Marta Jiménez (2013) ha precisado que el reggae es un género que quedó mucho a deber en términos de apertura sexual, en parte debido a la influencia de rastafaris que tenían un rechazo hacia los homosexuales y las mujeres, siendo que en general esta cultura nunca consideró su bandera principal los derechos de los homosexuales y las mujeres. De hecho, hasta la fecha existen grupos de reggae y artistas de este género que expresan en sus letras fuertes mensajes homofóbicos y machistas tales como Capletón o Bujú Bantón (Jimenez, 2013). Esto nos lleva a pensar que la explicitación de la sexualidad es una línea que tomó el reguetón, conllevó un distanciamiento de ciertos valores del reggae y de la religión de los



dreads. La línea de continuidad -en términos ideológicos- permanecería en la lucha contra el racismo, la guerra y la pobreza, pero no en la apertura a la sexualidad que sí se constituiría en una de las banderas principales del reguetón.

Por otro lado, nos es importante señalar que en la historia de la música han existido diferentes tipos de letras que hablan de diferentes sustancias psicoactivas, en el caso del reguetón la sustancia a la que más se hace referencia es la marihuana. La relación entre cannabis y reguetón también tiene su origen también en el dancehall, y en la reapropiación que hace este del consumo de *cannabis* como práctica cotidiana en Jamaica. En este país, la religión de los *Dreads* o rastafari se encuentra imbricada con el consumo de esta sustancia, dado que alrededor de 1940 uno de sus predicadores, Leonard Howell, fundó la comuna de Pinnacle en Jamaica, donde se interpretaba la Biblia de manera emancipadora para los afrodescendientes. Esta comuna, así como otras, tenía un financiamiento “en parte a través del cultivo y la venta de marihuana, la hierba sagrada también conocida como ganja, que se había convertido en el punto central de todos sus rituales”<sup>7</sup>. Esta comuna fue brutalmente destruida por el gobierno colonial en 1962 pero dejó las bases de la religión rastafari (Kroubo, 2009).

Como es posible apreciar, es importante tomar en cuenta los antecedentes del reguetón en el reggae y el dancehall, pues de estos géneros el reguetón retomaría no sólo patrones rítmicos sino una parte de sus valores y representaciones simbólicas, pero también desarrollando sus propias apuestas.

No es por tanto gratuito que ya en expansión a nivel caribeño, los exponentes del reguetón invocaran sus raíces en la cultura jamaicana. Ejemplo de ello lo constituye el disco “La Reconquista” del dúo puertorriqueño Hécto y Tito. Según Samponaro (2009: 492) este disco tiene referencias a la cultura dancehall de Jamaica, así como protestas contra la cultura de armas que se le ha impuesto a la región del Caribe, y fue uno de los pioneros en cuanto a reguetón en Puerto Rico.

---

<sup>7</sup> Las traducciones de esta fuente son propias

### 1.4.2 La explosión del reguetón en Puerto Rico

La historia del género en Puerto Rico oscila entre la prohibición y la popularidad. En ocasiones cuando un producto se prohíbe de manera obsesiva en determinadas sociedades, su consumo en vez de disminuir aumenta. Este fue el caso de la prohibición del reguetón en Puerto Rico, el Estado puertorriqueño entre las décadas de los ochentas, noventas y principios del 2000, accionó una política de prohibición que lejos de cumplir su objetivo obtuvo un resultado contraproducente. (Negron-Mautaner y Rivera, 2009)<sup>8</sup>

El *underground*, que era el nombre del género que terminó siendo el reguetón, se escuchaba inicialmente en los barrios populares de Puerto Rico, pero su prohibición por parte del Estado hizo que las clases medias lo calificaran con un recelo cada vez más grande y confrontativo ya que “los portavoces de la clase media no tardaron en atacarlo, llamándolo, entre otros apelativos, inmoral, artísticamente deficiente, un atentado al orden social” (Negron-Mautaner y Rivera, 2009)

Con el discurso oficial de que el reguetón promovía violencia sexual, drogas y delincuencia, el Estado de Puerto Rico tomó diversas medidas para restringir su acceso, entre las que se encuentran el accionar de la Guardia Nacional de la Isla para confiscar grabaciones de reguetón que se vendían en las tiendas musicales. Es interesante pensar en cómo un cuerpo de seguridad destinado a salvaguardar el bienestar de los habitantes de los puertorriqueños destinaba ciertos recursos y tiempo a controlar y reprimir música urbana. Entre otras acciones que tomó el Estado de Puerto Rico fue emitir una prohibición por medio del Departamento de Educación tanto a la música como a los estilos de vestimenta relacionados con el reguetón en las escuelas.

En un breve paréntesis, es interesante detallar las influencias musicales que conformaron al reguetón portorriqueño. Los géneros precursores del reguetón en Puerto Rico son principalmente el *rap underground*, también conocido simplemente como

---

<sup>8</sup> En este apartado se utiliza el texto de Negron-Mauntaner y Rivera, salvo que se indique lo contrario.

*underground* y el *reggae dancehall*, estos géneros estaban prohibidos por el gobierno boricua y muchas de sus materializaciones en casets eran confiscadas por la Guardia Nacional de Puerto Rico (Negron-Mautaner y Rivera, 2009).<sup>9</sup>

El *dancehall* puertorriqueño es un subgénero salido del reggae, se le llama también *reggae dancehall*. Era escuchado por gran parte de la juventud desde inicios de la década de los ochentas, encuentra sus raíces en la combinación de estilos musicales afrocaribeños y afroestadounidenses. El *reggae dancehall* acortó los espacios entre palabras del reggae original a sonidos vocales cada vez más juntos entre sí, su origen se dio en Jamaica en los ochenta y se comenzó a popularizar en el Caribe, con el tiempo y al mezclarse cada vez más con el rap se le empezó a llamar *underground* o *rap underground* (Rivera, 2009).

El *underground* es un tipo de rap que abandera en su origen una cultura contra las marcas, disqueras y estudios de mercado relacionados con la música. Su nombre significa en español subterráneo, haciendo mención a algo que no se ve a simple vista. Cuenta con un estilo que puede considerarse obsceno y de mal gusto para ciertos sectores sociales, su nombre y letras hacen referencia a la despreocupación de la opinión de un gran público, a diferencia de lo que tradicionalmente había pretendido la música popular o de masas. Es un género que alcanzó gran difusión en la década de los noventas en Puerto Rico, es un tipo de rap que en sus letras crítica prácticas sociales de las clases altas y enarbola la cultura de las clases populares. (Wiki Rap, 2020)

El género *underground* de Puerto Rico era asociado con la violencia, el sexo, la marihuana y las armas, principalmente esta relación se dio por el contenido de sus letras. La asociación del *underground* con el sexo y la violencia llevo a un sector importante de la sociedad a concluir que “el underground era parte una parte

---

<sup>9</sup> Las traducciones de esta fuente son propias

subcultura de violencia, que destinaba a la gente al uso de drogas y libertades sexuales que afectaban a terceros” (Rivera, 2009)<sup>10</sup>

Otro factor a considerar en la popularización del *underground* en Puerto Rico fue la etiqueta que le puso el Estado y otros sectores sociales, de música peligrosa, esto no hizo más que popularizar su imagen. Esta imagen demoniaca o malévola colocada al *underground* puertorriqueño fue inflada aún más por el temor que tuvieron ciertos sectores sociales (principalmente clases altas) de que una expresión cultural desarrollada por jóvenes de la periferia boricua fuera acogida por la población general. Las localidades más afectadas en términos económicos como los “barrios, barriadas y caserios fueron tomados como los epicentros desde los que irradiaba el *underground* como un malestar cultural”. (Rivera, 2009). Algunos representantes de este género son Aberto Stylee, DJ Chiclin, Kid Power Pose o Wiso G.

Retomando el curso del género en la tierra boricua, las políticas prohibicionistas, puestas en marcha en la década de los noventa, no tuvieron el resultado esperado, ya que al ser algo prohibido el reguetón, este adoptó un carácter de rebelde, y varios artistas comenzaron a hacer canciones en donde sus letras criticaban esta represión y los vicios del Estado. La rebeldía del reguetón consistía en que “hacía referencia directa a las condiciones sociales prevalecientes en el país: tasas de desempleo de hasta 65% en algunas zonas, escuelas descalabradas, corrupción gubernamental y una violencia rampante vinculada al narcotráfico” (Negrón-Mautaner y Rivera, 2009).

Con estas críticas y prohibiciones estatales se fue creando en Puerto Rico una narrativa comparativa que hacía ver que la moralidad de las prácticas, costumbres y letras del reguetón boricua no eran inferiores a las del Estado puertorriqueño, el cual se

---

<sup>10</sup> En este apartado se utiliza el texto Policy Morality, Mano Dura Style de Raquel Z. Rivera, salvo que se explicita lo contrario.

preocupaba más por prohibir música y estilos de vida que por generar, por ejemplo, un buen sistema educativo, un campo laboral con empleos accesibles o disminuir el crimen organizado.

Con las prohibiciones que ponía el Estado a ciertas letras de reguetón, los artistas y productores diseñaron letras para que sus canciones pudieran pasar los filtros de las radiodifusoras intervenidas por el Estado. Con esto el género tuvo más audiencia ya que se empezó a reproducir a gran escala en la radio, y a la larga “las canciones se popularizaron no solo entre la juventud de barrios y caseríos, sino también entre los jóvenes de clase media” (Negrón-Mautaner y Rivera, 2009)

El éxito comercial del reguetón hizo que las élites puertorriqueñas no tuvieran muchas alternativas más que aceptar el reguetón o como lo dicen Negrón-Mautaner y Rivera (2009) “en gran medida, fue la reputación global del reggaetón la que forzó a las elites puertorriqueñas a aceptarlo como un valioso producto cultural”

Teniendo en cuenta que el núcleo del reguetón puertorriqueño se encuentra en los barrios populares boricuas podemos destacar que el fenómeno del género en Puerto Rico pasó de lo local a lo global. Este es el caso de la historia de vida de uno de los productores boricuas más importantes de la historia del reguetón, Gustavo López. Cuando Gustavo empezó a incursionar en el mundo de la música urbana, hace más de 30 años, no era tan necesario pertenecer a una élite de la industria musical para escalar posiciones en la misma. Este influyente puertorriqueño empezó vendiendo casetes y LP's en una tienda de música que tenía su familia en Los Ángeles, California, de ahí a que pasaría a ser DJ de fiestas locales y a tener una pequeña empresa de DJ's a sus aproximadamente 20 años. Por la presencia latina en la que se envuelve la ciudad de Los Ángeles, Gustavo López pudo conocer en su pequeña etapa de DJ local sonoridades y gente de México, Colombia, El Salvador, Guatemala y Honduras. Era una etapa de la música urbana donde los *DJ's under* y los productores puertorriqueños podían crecer con mayor facilidad. (López, 2020), esta experiencia de Gustavo López nos lleva a concluir que Mientras en Puerto Rico, en un proceso gradual se iba aceptando el reguetón, en

los Estados Unidos se empezaba a gestar una industria en torno a la música urbana en que participarían productores y artistas boricuas.

Otra experiencia de Gustavo López que refleja cómo vivió el tránsito de lo local a lo global del reguetón puertorriqueño cuando buscó trabajo en empresas que no estaban en la esfera de la música cuando recién se había egresado de la carrera de marketing y administración en Los Ángeles, sin éxito alguno. Posteriormente empieza a buscar trabajo como agente de ventas en compañías como Sony o Universal, con esta última tuvo éxito, pudiendo trabajar con Universal Puerto Rico, por lo que tuvo que regresar a su tierra de su infancia en el año de 1995. Con el crecimiento de la industria de música urbana, y su tránsito hacia lo global Gustavo López recibe una oportunidad en Universal Minnesota en 1997 y posteriormente regresa a Los Ángeles para ser el jefe de ventas latinas de la misma empresa. (López, 2020). Gustavo relata que, en los años 90, antes de irse a Minnesota, existía un movimiento *under* muy fuerte en Puerto Rico, con artistas como DJ Negro o DJ Nelson, los cuales se ayudaban con los mixtapes, con compañías como BM Records.

La historia de la carrera de Gustavo López, creador del sello Machete, sirve para detallar como el reguetón boricua transitó de lo local a lo internacional. Gustavo comenzó a realizar viajes constantes de Estados Unidos a Puerto Rico para captar talento, esto se dio a finales de los 90 y principios de los 2000, empieza a hacer negocios con Daddy Yankee y Juan Vidal. Todos los artistas fichados eran sobre la esfera *under* o como lo dice Gustavo López (2020): “todo lo sacábamos del mundo independiente y le dábamos una exposición, como una multinacional subía en ventas, había una petición para la música y poca distribución”.

La consolidación del reguetón en Puerto Rico también se debió a factores internacionales ya que su popularización se dio porque lo validaron mercados y productoras de otros países de varias regiones geográficas. La primera canción que adquirió un carácter global fue *Gasolina* de Daddy Yankee la cual sonó en muchísimos mercados a nivel mundial, posteriormente Calle 13 alcanzó también un éxito global

con letras de crítica política y reivindicación de Latinoamérica. (Negron-Mautener y Rivera, 2009).

En adelante, lo que seguiría para el reguetón portorriqueño sería una proliferación de artistas y premios internacionales. Para el 2006, Daddy Yankee ya había dado un show en el Madison Square Garden de Nueva York, uno de los inmuebles más importantes del mundo. Ese mismo año Calle 13 ganó 3 premios en los Latin Grammys (García, 2019). El dúo Wisin y Yandel rompió el récord que sigue conservando hasta la fecha de más apariciones en el lugar número uno de la lista de Billboard Latin Rhythm. En una lista de las canciones más populares creada por la revista Billboard, este duo cuenta con catorce canciones en el primer lugar<sup>11</sup>. En segundo lugar, le sigue otro puertorriqueño, Daddy Yankee con 13 apariciones. (Latin Friends, 2011). Otros dos artistas boricuas para destacar, de popularidad más reciente, son Ozuna y Bad Bunny. El primero ganó los premios Billboard Latin como mejor artista del año en 2018 (Cobo, 2019) y 2019 (Roiz, 2019), además de romper el Récord Guinness como artista en alcanzar mil millones de reproducciones en YouTube en 2020 (Guinness World Record, 2019). Por su parte, Bad Bunny nacido en San Juan, Puerto Rico en 1994, resultó ganador del Grammy Latino al mejor álbum de música urbana con su álbum *X 100pre* en 2018. Tuvo una participación en el año 2020 en el medio tiempo del Super Bowl LIV en Miami junto a Shakira, además de ser el primer artista latino más reproducido en la historia de Spotify. (Milenio, 2020)

### 1.4.3 El reguetón en Cuba

En el caso de Cuba, la relación del reguetón con el rap es inseparable, si bien se debe tener en cuenta que no son el mismo género y que sus diferencias sonoras y estilísticas son en muchos casos notables, el origen del reguetón no se puede separar del rap. El fenómeno de la relación del rap con el reguetón se ilustra con el grupo cubano *Cubanito 20.02* formado en el 2003 como un grupo de reguetón, sin embargo, sus miembros formadores pertenecían antes a un grupo de rap

---

<sup>11</sup> Este apartado se escribió en noviembre de 2021, se sugiere revisar si alguna banda o solista superó dicho récord

llamado *Primera Base*. La formación de este grupo es un reflejo de la fuerza con la que la ola del reguetón llegaba a los raperos de La Habana, los cuales tenían dos opciones “bailar con el enemigo abrazando al reguetón o resistir al nuevo género vociferada mente” (Baker, 2009, 165)<sup>12</sup>

*Cubanito 20.02* recibió diversas críticas por parte de artistas musicales, una de las más llamativas fue por parte de un grupo de raperos que se oponían a la nueva ola del reguetón, dicho grupo llamado *Los Aldeanos* creó una canción llamada *Repartición de Bienes* en la cuál hacían una parodia a la canción *Mátame* de *Cubanito 20.02*, a continuación, se presenta un fragmento de la letra de dicha canción:

“Repartición de bienes,  
reggaetón pa’ mover el culo,  
O rap pa’ poner madura  
la mente del inmaduro”<sup>13</sup>

El anterior fragmento de *Los Aldeanos* claramente nos ilustra la disputa entre raperos y reguetoneros que existía a finales de los noventa y a principios del 2000. En ella es posible observar que se hace referencia a una utilidad tanto del rap como del reguetón. Podemos pensar que la utilidad referida por el grupo de rap cubano hacía el reguetón es meramente física, mientras que la del rap es intelectual. Esta oposición es sumamente interesante, porque décadas antes el rap cubano había despertado los celos de las autoridades culturales de la Isla por suponer una influencia cultural norteamericana y elementos de crítica social de sus letras. El hecho que fueran justamente un grupo de rap quien primero reaccionara contra el reguetón y que en su embestida utilizara el argumento de la banalidad, denota como en este contexto la emergencia del reguetón no despertó inicialmente las alertas de las autoridades culturales y que su superficialidad fue motivo de molestias en primera instancia para el gremio artístico que en la Isla se caracteriza

---

<sup>12</sup> Las traducciones de esta obra son propias

Este apartado está referenciado con la obra de Baker, salvo fragmentos que se explicita con otro autor

<sup>13</sup> Esta canción está citada en el mismo texto de Baker (2009)



por una alta profesionalización. Al mismo tiempo, es llamativo que una buena parte de quienes primero se adscribieron al género, fueran precisamente artistas con cierta trayectoria dentro del rap.

Uno de los primeros grupos que empezó a ganar popularidad con la combinación del rap y el reggae, fue *Carlos Manuel y su Clan* bajo el mando del productor Pedro Camacho, el cuál fue un impulsor importante del género en la Habana, confiriéndole desde el inicio una clara orientación bailable. Después le siguieron grupos como el ya mencionado Cubanito 20.02 y Clan 537 en la década del 2000 (Habana Music, 2020)

Se hace necesario detallar en los antecedentes musicales específicos del reguetón en el caso cubano. Un género fundamental del que surge el reguetón cubano es el rap cubano, enmarcado en la cultura del hip hop. A finales de la década de los 90 los raperos y las raperas se comenzaron a dividir, algunos prefirieron seguir haciendo el hip hop constituido y otros mezclarse con el reguetón. (Rivera, 2009).

En la década de los ochenta la cultura del hip hop y el rap estaba presente en gran parte del Caribe. En Cuba sus expresiones líricas y en general la cultura del rap estaban prohibidas por el gobierno, siendo hasta aproximadamente los noventa, en el marco de la caída del Muro de Berlín, que las prohibiciones se relajarían. (Rap Cubano, 2010). La popularidad del rap hizo que el Gobierno de Cuba entrara a regularizar el género para impulsarlo y blindarse ante la crítica, por lo que se crearon organismos como la Agencia Cubana de Rap y el Festival de Hip Hop Cubano. (Rap Cubano, 2010)

Además, el reguetón cubano está marcado por la tradición de música bailable de la Isla. A diferencia de otros países del Caribe y Centroamérica en donde la música electrónica tenía gran presencia, en Cuba “la ausencia de transnacionales y la fuerte tradición sonera y casinera cubana hacían que lo más popular siguieran siendo las agrupaciones en directo” (Habana Music, 2020). Es por eso que el reguetón de Cuba se fusionó más con ritmos como la soca y el dancehall, más que los electrónicos (Habana Music, 2020)

La soca es un subgénero del calipso, la cual conlleva un ritmo acelerado proveniente de los grupos étnicos de Trinidad y Tobago, se constituyó aproximadamente en la década de los setenta, uno de sus primeros exponentes fue el trinitario Garfield Blackman. Durante los años ochenta el género se comenzó a expandir por gran parte del Caribe, su mezcla con el reggae corrió en gran parte de mano de Lord Shorty, considerado el padre de la soca, el cuál era un exponente de la soca cuando en 1981 se colocó en la cultura rastafari introduciendo un nuevo estilo, el Jah Music, en el cual se combina la soca, el reggae y el dancehall. (Artdrum, 2011)

Con el tiempo, a finales de la década de los 90 y principios de los 2000, los reguetoneros empezaron a verse como ganadores de la disputa ya que obtuvieron la aprobación de un gran sector de la juventud. Producto de esto la prensa cubana sacó múltiples artículos en contra del género, sobre todo se hacía en el periódico *Juventud Rebelde* el cuál pertenecía a la *Unión de Jóvenes Comunistas*. El artículo más notable con relación al tema de este diario fue uno llamado *¿Prohibido el reguetón?* el cuál hacía referencia al popular género “criticando sus repetitivos beats, sus obscenas letras, y sus escandalosos movimientos en el baile (...) y una incitación a la vulgaridad, a la lujuria, al vicio y al abuso de las drogas” (Baker, 2009, 166). Los distintos señalamientos y críticas hacía el género originaron un menor acceso del género a los medios de difusión y a las industrias culturales que en el caso de Cuba estaban constituidas por empresas estatales esto provocó que el reguetón tardara más en expandirse en Cuba que en otros países.

El reguetón de Cuba proviene de distintos sonidos y ritmos de Puerto Rico y República Dominicana. Baker (2009) identifica tres principales sectores que surgieron cuando se empezó a popularizar en La Habana: el primero de ellos pertenecía a los reguetoneros que a pesar de ser sancionados de alguna manera por el oficialismo recibían formalmente difusión en los medios y apoyo de las instituciones del gobierno, por ejemplo, Cubanito 20.02, Eddy-K o Gente de Zona. El segundo eran los artistas clandestinos o *underground* que circulaban su contenido mediante medios informales como casets o vinilos. Y el tercero era conocido como el reguetón-timba el cuál “fusionaba la timba con el reggaetón, era producido por

grupos líderes de timba cubana para mantener su popularidad en esta nueva ola” (Baker, 2009, 168)

A pesar de que el reguetón de Cuba habitualmente no tiene letras tan relacionadas con el tráfico de armas y drogas, muchos de sus mayores críticos en la isla centraban sus comentarios en la banalidad atribuida a las letras de este género, y no tanto a su composición rítmica.

Otra parte de la crítica que se suscitó en Cuba por las letras del reguetón fue justificada por un sentimiento de abandono a la cultura popular cubana del doble sentido al hablar y la picardía en el lenguaje, ya que según los críticos el significado contundente y obvio de las letras del reguetón hacía que se perdiera la tradición lingüística del doble sentido.

¿Qué es lo que hace que en Cuba se dé un análisis tan profundo de las letras? Hay una tradición, enmarcada en la ideología marxista, de la expresión y la difusión de las ideas. En La Habana se pueden encontrar diferentes carteles con lemas políticos como: ‘Batalla de ideas, una lucha de nuestros tiempos’ o ‘Ideas, más poderosas que las armas’, entre otros. En oposición, el reguetón exhibía letras desprovistas de un discurso lírico consciente y directo en términos políticos, con el agravante de transgredir muchas normas lingüísticas.

Una trayectoria diferente había recorrido el rap en Cuba, que, a pesar de haber sido relacionado con el imperialismo estadounidense, terminó siendo aceptado en muchos sectores de la isla por su considerada excelencia lingüística e intelectual y su compromiso político, incluso se hizo atractivo para el Estado, ya que había muchos raperos que juntaban la filosofía política underground del hip hop con la ideología revolucionaria. Así, el rap podía ser “más fácilmente incluido en las visiones oficiales de la nación presentado como ‘una revolución dentro de la revolución” (Baker, 2009, 169). Sin embargo, el reguetón no presentaba nada en términos discursivos directos para ser adoptado por el Estado y los artistas de reguetón no se preocupaban por expresar discursos en favor de la Revolución.

A raíz del 2005 el reguetón cubano fue emparejándose en niveles de popularidad con el reguetón puertorriqueño. Artistas como Eddy K, Clan 537 o Baby Lores comenzaron a aparecer en top 10 de listas de reguetón elaboradas en el país. (Cuba Music, 2015) al tiempo que comenzaron a destacar en certámenes internacionales. A continuación, se ofrecen varios ejemplos.

Un grupo de artistas a destacar en esta consolidación es Eddy-K, este es un grupo fundado en 1997 que para la década del 2000 ya daba presentaciones en varias provincias de Cuba, presentándose en los festivales más importantes de la isla. Para el año de 2003 alcanzó tal popularidad internacional que se presentó en el Festival Urbano de Gales. Para el año de 2005 su álbum *Aquí Están los Cuatro* salió en el mercado europeo con la firma de Sony, el cuál fue galardonado con varios premios. (Cuba Music, 2015)

Gente de Zona es un grupo cubano que combina el reguetón con la salsa, fundado por Alexander Delegano. En 2016 ganaron los Premios Juventud de la televisora Univisión, la cual tiene una gran presencia en Miami, con la canción *La Gozadera* en colaboración con Marc Anthony (Moris, 2016) En el mismo año ganaron en la categoría de mejor álbum en los premios Latin American Music de Los Ángeles con *Visualízate* (Trejos, 2016) con el mismo disco fueron ganadores de los Latin Grammys en 2016 como mejor álbum de fusión tropical (Soft Radio, 2016)

El dúo cubano habanero Yomil y el Dany formado en 2015 recibió la nominación internacional a los premios Billboard de 2017 como artistas del año en la categoría Latin Rhythm (Ferriol, 2016). La consolidación del éxito del dúo se dio con su álbum *Sobredosis* en 2016 el cuál fue el primer lugar en ventas de música latina en la plataforma Google Play, este mismo álbum se ubicó en el lugar número ocho del Top Mundial de Google Play de ese año (Morris, 2016)

Otro artista cubano muy destacado en el campo del reguetón es Jacob Forever, quien resultó ganador en la categoría de Nuevo Artista Favorito Urbano en los premios Latin American Music Awards en 2016. En el mismo año fue nominado a los Grammys Latinos como Mejor Fusión Interpretación Urbana con la canción "Hasta que se seque el Malecón". (Suena Cubano, 2016). Esta última canción alcanzó en

tan solo un mes el millón y medio de reproducciones de su videoclip en YouTube, en los mismos tres meses otra de sus canciones *La Dura* alcanzó tres millones de reproducciones. (Buena Música, 2018)

#### 1.4.4 Reguetón de Miami

La ciudad de Miami es otro caso llamativo del desarrollo del reguetón. Al ser una entidad que ha recibido por más de cuarenta años la migración del Caribe, Miami se fue convirtiendo en una ciudad latina. Es imposible entender al lenguaje que se habla en Miami sin el español o el llamado *spanGLISH* (mezcla informal de español e inglés). El español es “la lengua que anima Miami, tener la habilidad o cierto conocimiento del idioma es necesario para poder prosperar en la capital tropical americana” (Dávila, 2009, 200)<sup>14</sup>

Durante las últimas tres décadas los grupos de salsa y merengue -que a menudo solían ser los más solicitados por los organizadores de eventos- fueron remplazados por la cultura y la popularidad del reguetón, esto es un reflejo de la consolidación del reguetón como fenómeno. La publicista Diana López, asegura que hoy los productores y músicos de reguetón en Miami demandan y consiguen los mejores precios para sus eventos, esto por supuesto polariza y genera fricciones con productores de otros géneros. Por ejemplo, en un festival musical con temática latina se escucha “en su mayoría reggaetón y esto molesta a otros músicos” (Dávila, 2009, 209)

Sin embargo, Miami no es concretamente la ciudad de Estados Unidos donde inicia el reguetón, según Gustavo López, el productor y creador de Machete Music -uno de los sellos más importantes en la historia de la música urbana- a partir de los primeros análisis de música y ventas que hizo en la década de los 90, detectó que fueron en las ciudades de Los Ángeles, Chicago y Nueva York ya que ahí ya se estaba gestando el movimiento urbano antes que en Miami. (López, 2020). En particular, la ciudad de Nueva York parece haber tenido un papel fundamental en

---

<sup>14</sup> Las traducciones de esta fuente son propias

En este apartado llamado ‘El reguetón de Miami’ se utiliza en su mayoría el texto de Dávila (2019), salvo que se explicita lo contrario.

la consolidación del reguetón ya que es en esta ciudad donde se mezclan muchas costumbres culturales como los diferentes géneros musicales de varios países. Nueva York ha sido una ciudad impulsora de la música afro y caribeña, entre otras. O como lo dicen Marshal, Pacini y Rivera (2010): “el reggaetón se une a géneros como el calipso, la música jíbara, el mambo, el reggae, la salsa y el hip-hop, como productos de las peculiares dinámicas inter-culturales de Nueva York”

Aún para el año 2004 la industria del reguetón no se asentaba en Miami, ni siquiera en Estados Unidos, sí bien existía ya el movimiento urbano en las ciudades mencionadas en el párrafo anterior, no había como tal una industria que se dedicara a la música urbana. Una prueba de ello es la experiencia que tuvo Gustavo López cuando estuvo a punto de cambiarse de Universal a Sony por una cuestión monetaria, y consiguió que a cambio de quedarse la gerencia de la empresa le financiase su solicitud de una compañía independiente. En el razonamiento de López era necesaria: “una compañía que le dé la oportunidad a estos artistas (del género urbano) para competir y brillar al nivel de los artistas pop del mundo en la parte latina” (López, 2020). Posteriormente la industria se empezó a desarrollar en Miami.

Hoy los artistas latinos en gran parte del mundo acuden a Miami a grabar sus nuevas producciones, antes de la década del 2000 esta actividad era bastante difícil de realizar. Raperos como Plátano en la década de los noventa encontraban muchas dificultades para acomodarse y colaborar con la industria, sus canciones rara vez obtenían una autorización para sonar en la radi0 (Dávila, 2019)

Otro factor que hace de Miami una entidad en donde el fenómeno del reguetón está consolidado es que casi todos los sellos discográficos de reguetón se encuentran en esta entidad, así como televisoras que emiten contenido a latinos que radican en Estados Unidos. Melanie Byron (2009) editora de la revista *Source Latino* y ex presentadora del programa con contenido latino *The Roof* asegura que la presencia de las mencionadas empresas de sellos discográficos y televisoras influyen en hechos como el contraste que se dio entre Daddy Yankee y los Black Eyed Peas en septiembre de 2007. En el mismo año y en el mismo mes tanto el

boricua como los estadounidenses se presentaron en el inmueble *America Airlines Arena* de Miami, lo que llamo la atención es que Daddy Yankee “tuvo a toda la prensa en la ciudad para cubrir su evento, por el contrario cuando los Black Eyed Peas (...) apenas tuvieron un poco de cobertura” (Byron 2009, 210)

Las celebridades, conciertos y la gran gama de individuos que llega a Miami debido al fenómeno del reguetón provocan que los artistas locales encuentren muchas dificultades para posicionarse en esta industria, no solamente en el reguetón sino en toda la música urbana. Hay artistas que llegan a Miami con la música ya grabada y utilizan a los sellos sólo para promocionarla. El fenómeno del reguetón provoca que “muchas celebridades vayan a Miami a promocionar su música, pero nunca a grabar dicha música” (Plátano 2009, 211)

El fenómeno del reguetón también ha desplazado a la comunidad latina y afroamericana del hip hop que no participa activamente en el consumo y producción del reguetón de Miami. Para el Dj Cazzanova (2009) el cuál trabaja para la radio La Kalle considera que el reguetón es la única música que realmente vende en la radio, no solamente por temas musicales sino por la imagen que presenta ante la gente. En palabras de Cazzanova: “el hip hop latino sigue en crecimiento, pero ahora el foco principal está puesto en el reguetón. Lo que le gusta a la gente de Daddy Yankee y Tego es que les dan a los niños latinos un modelo a seguir” (Cazzanova 2009, 211). Por otra parte, debe considerarse que en los Estados Unidos hay una fuerte disputa racial y una rivalidad entre afrodescendientes y latinos, los cuales tienden a tener simpatía por el hip-hop y el reguetón, respectivamente. Esta tendencia de gustos musicales también refleja la rivalidad entre estos dos sectores, por lo que podemos concluir que el reguetón funciona como un género que crea lazos de comunidad entre la población latina, de Estados Unidos, además de los migrantes que regresan a sus países de origen después de pasar por Estados Unidos con esto podemos concluir que “el reggaetón se ha revelado como un símbolo potente, y también prominente, para formular nociones de comunidad” (Marshall, Pacini y Rivera, 2010)

En cuanto a los antecedentes musicales que sirvieron de base al reguetón miamense, tenemos el *Krunkaio*, un movimiento musical cercano al reguetón que se dio en Miami en las décadas de los ochenta y noventa. En sus letras se combinaba el español y el inglés, también conocido como *spanglish* (español con inglés informal), con esto generó una identidad musical en la población de Miami. Este movimiento se puede ver en canciones como ‘305 Till I Die’ de Pitbull o ‘La calle’ de Sítio. Este movimiento musical incorporaba el hip-hop sureño de Estados Unidos, especialmente el llamado *cruck* de Atlanta con el *booty music* de Miami, y el *freestyle* que se daba en gran parte de la república estadounidense.

Los primeros rastros del *Krunkaio* en Mami, que después se transformaría en el reguetón de esta entidad, se empezaron a dar en los noventa en fiestas clandestinas donde se hacía rap improvisado para dar a conocer a artistas. Dentro de estas fiestas podemos identificar los siguientes estilos y géneros: Hip hop neoyorkino, Miami Bass, Freestyle, salsa y merengue, entre otros.

A los artistas del *krukaio*, de los cuales varios terminaron en el reguetón, les combino que el reguetón tuviera éxito en otros países ya que de esa manera pudieron hacer duetos con gente reconocida, y a la larga posicionar tanto el reguetón como el *krukaio* en Miami. Tal fue el caso del cubano-estadounidense Pitbull que antes de realizar reguetón se dedicaba al *krukaio*, y en esta etapa grabó diferentes duetos, colaboraciones y remixes con artistas como Daddy Yankee o Voltio. Otro caso similar fue el del artista Plátano el cuál nos cuenta que el reguetón los:

“ayudó masivamente, si no fuera por la trascendencia de artistas como Daddy Yankee o Don Omar nosotros no estaríamos recibiendo tanta atención como ahora, supongo que se puede decir que el reggaetón ha dado a conocer a los latinos y a los diferentes estratos del hip hop en nuestra comunidad” (Dávila, 2019).

El caso de Plátano nos sirve para ilustrar la relación del *krunkaio* con el reguetón y su asentamiento en Miami. Plátano es un artista nacido en República Dominicana,



que nunca trascendió a niveles de popularidad como otros artistas de música urbana tales como Pitbull, Residente, o Ozuna, sin embargo, es uno de los precursores del reguetón en Miami donde alcanzó una popularidad importante a finales del siglo pasado haciendo *krunkaio*. A los 12 años Plátano se mudó con su familia de República Dominicana a Nueva York, pero al cabo de unos años por cuestiones financieras, educativas e identitarias se mudaron a Miami.

Plátano vivió en Miami una realidad sumamente distinta a la de Nueva York. A su llegada al caribe norteamericano lo percibió con una entidad más limpia, con menor oferta de drogas, mejores escuelas, y un entorno migratorio muy distinto que “confrontó a Plátano con una nueva perspectiva étnica: a diferencia de Nueva York donde la población latina se estimaba en un 27% en Miami los latinos representaban el 65%

Plátano vivía en Coral Park, South Miami, ahí fue donde empezó a incursionar en el movimiento hip hop latino, mezclándose con raperos como Pitbull y productores como Jibba Jamz. Plátano comenzó a promocionar su música y la de otros artistas en pequeñas fiestas llamadas Baja Panties (pantalones abajo) que a la larga se hicieron escenarios para promocionar el *krunkaio* y posteriormente el reguetón. En estas fiestas se presentaba una mezcla del hip hop de Nueva York con miami Bass, freestyle y baile latino, o en palabras de Plátano. “Lo mezclabamos con salsa, meregue y el Miami Booty, como Luke Campbell y el hip hop”. (Dávila, 2019)

Al hacerse popular la música urbana, la industria musical de Estados Unidos “se fue preocupando por comprender los gustos y el consumo musical de los migrantes hispanoamericanos” (Luci y Soares, 2019). Por lo que varias disqueras se empezaron a concentrar masivamente en Miami a finales de la década de los noventas, con lo que también empezó a crecer el concepto de música latina, de esta forma Miami dejó de ser únicamente una ciudad que albergaba el reguetón de forma underground para convertirse “en el centro de industrias disqueras y de entretenimiento que respecta a constitución de carreras de músicos, en el sentido de hacerlas “internacionales”” (Lucy y Soares, 2019). Así Miami hoy posee una cantidad considerable de músicos, industrias, audiencias y festivales de reguetón.

En el apartado de Cuba, se mencionaron casos puntuales de artistas nacidos en ese país en alcanzar un nivel de trascendencia y popularidad mundial. Sin embargo, es importante mencionar que esos mismos artistas podrían ubicarse también en este apartado referido a Miami. Hablamos de Eddy K, Gente de Zona, Jomil y el Dany y Jacob Forever, los cuales impulsaron su carrera en Miami, se colocaron en el apartado de Cuba meramente por un tema de espacio y organización.

El 2 de febrero de 2020 Miami recibió la 54 edición del Super Bowl en el Hard Rock Stadium, en el espectáculo del medio tiempo se presentaron la puertorriqueña americana Jennifer López y la colombiana Shakira, además del colombiano J Balvin, el puertorriqueño Bad Bunny y Emme Muñiz, en un espectáculo que contó con muchas canciones reguetón.

### **1.5 El exitoso camino del reguetón**

Una constante que aflora al repasar los casos analizados es la capacidad del género urbano aquí analizado de sobreponerse a la oposición de la crítica especializada, así como al rechazo de importantes sectores sociales. El reguetón pasó de ser un género altamente rechazado y considerado vulgar a ser un género de masas, en las que hoy sus intérpretes y canciones se posicionan en los sitios más exclusivos (Bartra, 2019)

Varios artistas que comenzaron su carrera haciendo otros géneros musicales se han introducido al mundo del mercado del reguetón, esto es señal de que se ha convertido en un género aceptado por un sector importante de la sociedad, en este mundo tan cambiante “de pronto todo el *star system* abandona el pop para emular al ritmo caribeño: Justin Bieber, Shakira, Enrique Iglesias, Juanes, Paulina Rubio... Esto, desde ciertos puntos de vista, hace aún más execrable al reggaetón. (Bartra, 2019)

Al intentar explicar el éxito del reggaetón ante la crítica, pero especialmente su victoria arrasadora en la conquista de audiencias, se deben tomar en cuenta múltiples factores relacionados con sus valores culturales, aspecto con frecuencia

soslayado debido a las características más altisonantes del género. Entre estas variables encontramos sus raíces, los intercambios multiculturales de sus países de origen, la mezcla musical de sus distintos géneros y sus éxitos mediáticos concretos.

Varias letras del reguetón en sus inicios muestran una denuncia social hacia los *status quo* de Jamaica, Panamá y Puerto Rico, estas letras tuvieron, además, una aceptación importante al ir acompañadas con el ritmo del *dembow*, el cual remonta al África colonial, esta combinación de protesta y ritmo primitivo resultaron un encanto para la propagación del género, o como lo dice Bartra (2019): “Esas raíces marginales, vinculadas a un gran *ethos* musical trasnacional, tan ocultas por la masificación y trivialización del género, son las que develan el discreto encanto del reggaetón.”

El ritmo del reguetón se consolidó también gracias a su sabiduría para aprovechar los choques interculturales sobre los que tradicionalmente se ha configurado la música latinoamericana, primeramente, los que hubo entre África y Latinoamérica en la etapa colonial, los cuales incluyeron cruces musicales. Ejemplo de esto es la música de salón de Cuba del Siglo XIX, la cual cuenta con un polirritmo llamado la habanera, la cuál “se vincula directamente con la música africana y con los intercambios constantes -conocidos como sonos de ida y vuelta- entre tres continentes: África, Europa y América” (Bartra, 2019). Lo cual forjó un tejido sociocultural que genera vínculos en gran parte del mundo. Otros contactos interculturales que ayudaron a la explosión del reguetón se dieron por los intercambios migratorios que hubo entre Jamaica, Panamá, Puerto Rico y Estados Unidos en la década de los 80. El aporte de migrantes con diferentes lenguas y particularmente angloparlantes contribuyó a que en el género se combinen idiomas, y con esto tenga más vínculos en el mundo.

Finalmente, con la mezcla de géneros que hubo, la promoción de su baile, y su ritmo atractivo el reguetón logró posicionar gente en los Grammys como Calle 13 con su disco Residente o Visitante en el 2007 y tener grandes éxitos como la Gasolina de Daddy Yankee en el 2004, lo cual le abrió el camino a ser un género de masas.

## **1.6 Reguetón: Entre el machismo y la libertad sexual de las mujeres**

La investigación teórica, documental y de campo que se ha hecho para la presente tesis en términos de libertad femenina nos ha arrojado una visión polarizada; por un lado existen estudios de género que afirman que el reguetón es machista, y por otro lado existen otros estudios que mencionan que es un género en que las mujeres encuentran espacios de libertad corporal o económica (en la industria), es importante preguntarnos ¿hasta que punto el reguetón es trasgresor o empoderador de las mujeres? A continuación, ofrecemos algunos puntos de vista de autores que hablan sobre el tema.

Nos parece de vital importancia primeramente definir el concepto de conservadurismo, ya que es un concepto que se ha tocado bastante en la investigación, con esto se puede tener más precisión en cuanto a lo que definimos como una visión conservadora en torno al reguetón. Según Harry Dahms (2014: 101-103) el conservadurismo es un tipo de pensamiento e ideología que abandera la defensa de los valores tradicionales o antiguos como los roles de género patriarcales, el patriotismo nacional y las tradiciones religiosas. Este tipo de ideología suele ser escéptica ante el cambio social en favor de los derechos de las minorías y clases trabajadoras, suele inmiscuirse en política a grandes rasgos para defender sus privilegios. (ESPC, 2014)

Para una gran parte de la sociedad el reguetón está asociado con patrones negativos como las drogas, las armas y desde luego el machismo. En muchos casos los regueteros en sus letras hablan de las situaciones difíciles que vivieron en las calles como una experiencia de superación, esto también se dio en el hip hop, que es un género cercano al reguetón (Samponaro, 2009: 497-500). La misma fuente nos dice que el machismo se encuentra latente en las diferentes clases sociales, sin embargo, las mujeres de las clases populares son las que más encuentran dificultades en parte debido a las circunstancias económicas. Es por ello que muchas veces los valores machistas se insertan en las letras del reguetón ya que son problemas que existen de manera latente en los barrios populares de los países caribeños y latinoamericanos, en muchos casos los artistas refuerzan estereotipos

de sumisión femenina, incluso hay artistas femeninas que refuerzan la cultura en la que ofrecen una sexualidad sumisa para que los hombres las controlen (Samponaro, 2019: 497-500).

Sin embargo, a pesar de la cultura y la actitud machista que llega a existir en el reguetón, también existen resistencias en el mismo, ya que el reguetón ha experimentado cambios en su discurso social a lo largo del tiempo. Según Samponaro (2009: 500-501) existen resistencias feministas en varias artistas de reguetón como la puertorriqueña Lisa M, la cual ha abogado por la unidad de las mujeres del medio, por ejemplo, en su canción *Así es que eh* en el cual destaca la importancia de la unidad de regueteras latinas y caribeñas en un género y mundo dominado por hombres. Otra mujer que señala este autor es Ivy Queen la cual tanto en su vida pública como en sus canciones busca generar conciencia de la violencia machista que se vive en el mundo, específicamente con las mujeres latinas, como ejemplo está su canción *Te he querido, te he llorado* aborda el problema de la violencia doméstica que existe hacia las mujeres desde una perspectiva de víctima.

Retomando las visiones polarizadas que existen en el género estudiado, tenemos como otro factor para destacar en la cultura de la sumisión femenina la danza del perreo, en este baile se puede considerar a la posición corporal de la mujer como sumisa debido a que normalmente se coloca debajo del hombre. (Samponaro, 2019: 497-500) sin embargo como se mencionó en 1.2 *¿El reguetón un estilo musical o un estilo estético?*, el perreo también puede ser considerado un baile liberador que puede significar autonomía del cuerpo y expresión sexual para las mujeres.

Cabe señalar que una gran parte de las audiencias de reguetón consideran que en este género existen múltiples espacios donde se reivindica la sexualidad femenina, por lo que es importante siempre matizar para no caer en una simplificación y etiqueta de reguetón machista. Por ejemplo, Carolina Rodrigues (2012: 63-74) considera que en el reguetón el placer siempre está en una constante disputa con el poder, por lo que para tener un análisis más completo de los alcances y limitaciones del entorno del género es importante tener en cuenta la evolución histórica de las percepciones y normas sexuales.

Si bien en las últimas décadas han existido avances en cuanto a una liberalización de las normas sexuales, se sigue ejerciendo un sinnúmero de presiones normativas conservadoras, especialmente en la imagen idealizada de la mujer. Estas presiones se reproducen en torno al reguetón, tanto en los aspectos internos del género como en los prejuicios hacia el mismo (Rodrigues, 2012: 63-74). Quisiéramos evidenciar en este punto un contraste que muestra la canción “Digo lo que pienso” de Calle 13, en la que se critica a una parte del gremio del reguetón con la siguiente frase:

“Sería muy fácil para mi escribir un bolero  
o hacer un video rapeando encima de un velero  
con mujeres en pelotas acariciándome los huevos  
¿Sacrificar mis ideales pa’ venderte un disco nuevo?”

El hecho de sacar videoclips en veleros con mujeres que rodean al cantante (hombre) es una moda en el reguetón, como ejemplo tenemos el videoclip de Farruko con San Paul de la canción *Passion Whine* (Farruko, 2014) o también Dembow de Yandel y Rauw Alejandro (Yandel, 2020). Este tipo de representaciones proyectan el poderío económico de los hombres para impresionar y comprar las mujeres.

Si bien esta faceta del reguetón es ampliamente perceptible, mucho menos considerada es la contradicción de que el género también ha servido para afianzar el reconocimiento del derecho de las mujeres a expresar y disfrutar de su sexualidad. Para Carolina Rodrigues (2012: 63-74) uno de los cambios más significativos que han existido en la percepción y práctica de la diversidad sexual es la revolución sexual y el movimiento feminista de la década de los sesenta, sin esta efervescencia hubiera sido imposible que el reguetón pudiera construirse, ya que su baile y letras tienen un carácter, en muchos casos, apegado a estas reivindicaciones de libertad sexual y al goce de las mujeres mediante el baile del perreo.

Como conclusión podemos afirmar que, si bien el reguetón ha sido sexualizado debido a su comercialización musical, se debe tener en cuenta tanto sus alcances como limitaciones en lo referente a la libertad sexual femenina. En este punto confluyen no sólo las concepciones de quienes crean el reguetón, sino también factores relativos a las audiencias, sus características sociales y económicas, así como la

evolución de los valores culturales específicamente relacionados con la moral sexual. Uno de los desafíos del reguetón puede ser expandir la agencia femenina, y de esta forma superar las visiones simplistas y permitir una expresión directa de la sexualidad, y trasgredir las visiones históricas contemporáneas que oscilan entre el placer y el poder. (Rodrigues, 2012: 63-74)

## Capítulo 2: El proceso de desarrollo de la Industria Musical y sus particularidades en México

Desde inicios del siglo XX la música, junto con otras producciones de la cultura, adquirió un carácter comercial que se caracterizó por la concreción de obras artísticas de naturaleza mercantil, la existencia de las cuáles era posible por un proceso de industrialización o lo que Walter Benjamín (2015) denominaría “la reproductibilidad técnica”. De esta transformación nacería también el concepto de “industrias culturales” promocionado por la Escuela de Frankfurt y más tarde por la corriente de los *Cultural Studies*, mediante el cual se enfatizaría -entre otros aspectos- en la importancia de los agentes de difusión masiva como la radio, el cine, la televisión y recientemente el internet para la conformación de los productos culturales. Como denominador común en estas teorizaciones se plantea que los productos culturales comunitarios o locales se ven disminuidos en comparación con lo vendido para la cultura de masas, lo que abarcaría por supuesto a la música. En la época actual, con la llegada de la tecnología como los discos MP3 o su reproducción en los celulares, estos vaticinios cobran una renovada actualidad. En específico, la música pasa de ser “algo necesariamente situado en lo local, cara a cara y ubicado en el aquí y ahora, a algo incorporal, global, impersonal y fuera de tiempo y espacio” (Shepherd y Devine 2015, 14). El reguetón como novel fenómeno musical asume de forma sobresaliente estas características.

No obstante, para aprehender mejor las condiciones de posibilidad de un fenómeno como el reguetón, es oportuno abordarlo desde la perspectiva conceptual de las industrias musicales, en la cual se enfatizan las características de negocio que envuelven a específicamente los productos musicales y los distinguen de otros bienes culturales. Por ello, en el presente capítulo abordaremos en primera instancia la evolución de las industrias musicales lo cual permitirá entender la novedad de nuestro tema. Seguidamente y dada que la emergencia de nuevos géneros suele acontecer la esfera de lo que se ha denominado “música independiente”, es decir, no plenamente imbricada en los circuitos de las industrias musicales; se hace pertinente abordar aspectos relativos a la producción musical



en tanto en ellos constituyen un prisma privilegiado para apreciar qué implica el respaldo industrial en la esfera musical. Para concluir el capítulo se reseñarán algunos aspectos relevantes del desarrollo de las industrias musicales en el país

## **2.1 Breve historia de la Industria Musical y sus desafíos actuales**

La música no es una industria cultural que solamente se alimenta así misma, sino que genera contenido y movimiento en otras industrias culturales tales como el cine, la radio, la televisión o los videojuegos (Torres, 2014).<sup>15</sup> Además, la industria musical es un fenómeno con mucha presencia en otros polos económicos del mundo contemporáneo, tales como como la telefonía celular, las telecomunicaciones, la fabricación de instrumentos musicales, los videojuegos, los restaurantes y lugares de ocio, entre muchos otros. El poderío de esta industria “genera producción, empleos, movimientos de divisas, inversión y aporta considerablemente al PIB de las naciones en cuanto a la economía global”.

Sin embargo, la industria musical no solamente tiene un valor económico preponderante en la actualidad, sino también un valor socio-cultural importante. Dicha industria es promotora y difusora de tendencias artísticas y visiones del mundo. La transmisión masiva de la música genera rasgos distintivos, espirituales y materiales que caracterizan a sectores de la sociedad los cuales comparten ciertos valores, tradiciones y creencias.

Con lo anterior se entiende que la industria musical se constituye en dos polos; el polo económico relacionado con la inversión, la comercialización o el empleo, y el polo cultural referido a que los productos musicales reflejan y constituyen idiosincrasia, tradiciones y valores.

La industria musical ha pasado por varias etapas a lo largo de la historia. La expansión de sus contenidos tuvo un importante ascenso a mediados del siglo pasado debido al avance tecnológico de los procesos de grabación y la popularización de los discos de vinilo. Con esto la música grabada se expandió a nivel social y

---

<sup>15</sup> En el presente apartado ‘Historia de la Industria Musical’ se utiliza principalmente el texto de Torres (2014) salvo que se explicita lo contrario.

económico, dando difusión a diversos géneros, lo cual alcanzaría niveles históricos por ejemplo con el *Rock and Roll*.

Posteriormente la música grabada se masificó, aún más, gracias a la llegada del casete y los reproductores del mismo como el *Walkman* de Sony en la década de los setenta. Esta masificación fue superada en la década de los ochentas con la digitalización de la música a través del disco compacto o CD (*Compact Disc* en inglés) en la década de los ochentas. La digitalización de la música representaba además un mercado muy rentable para la industria musical: con la llegada del CD las ventas de la industria musical a nivel global superaron “en facturación a ramas como el libro o el cine y convirtiéndose en líder de la industria del entretenimiento” (Torres, 2014, 2)

Sin embargo, la expansión en ventas de la industria musical se detuvo, en mayor o en menor medida, en la década de los noventa por la aparición de nuevas tecnologías en el campo de la digitalización musical, tales como los quemadores de copiado, los dispositivos Mp3 y las tecnologías que almacenaban música como las memorias USB. Todo esto en el contexto de expansión del internet y la proliferación de redes para compartir de archivos musicales como las P2P. Esta utilización de las nuevas tecnologías generó una crisis económica en la industria discográfica a nivel global que le hizo replantear sus procesos y modelos de comercialización.

Este replanteamiento de los modelos de negocios de las industrias musicales comienza a finales de la década de los noventa. Desde entonces “la apuesta de los principales mercados globales de la IM se ha centrado en el entorno digital y la reproducción de contenidos por internet, un escenario lleno de ensayos de modelos de negocio, nuevos actores y nuevas complejidades” (Torres, 2014, 3), a lo que habría que sumar la búsqueda incesante de nuevos productos, nuevas formas de distribución y nuevas formas de consumo, algunas gratuitas y otras de paga.

Estas nuevas fórmulas de negocio las podemos percibir con claridad ya en el 2003 con la llegada de *iTunes* y *Napster*. Estas empresas implementaron la descarga de

previo pago, la cual consistía en hacer un pago para descargar un disco o una canción mediante un catálogo que se mostraba en su aplicación o página, las compañías que surtían principalmente este catálogo eran Emi, Warner, Universal y Sony. Lo que hacía atractivo este tipo de plataformas era que a “diferencia del mercado físico tradicional, la novedad del mercado digital radicaba en la posibilidad de reproducir un fragmento y seleccionar la compra de ciertos temas, de manera instantánea y sin necesidad de desplazamiento” (Torres, 2014, 3)

A medida que fueron creciendo las diferentes plataformas de descarga, la industria musical fue aprovechando las circunstancias de la tecnología del momento para expandir su poderío, ya que en comparación de épocas anteriores ciertos costes le eran mucho más bajos, tales como los de producción, almacenamiento, distribución y comercialización, lo que le hizo potenciar las economías de escala y crecer económicamente, encontrar millones de usuarios y concretar numerosos modelos de negocios.

Las estrategias de negocios más utilizadas y rentables que utiliza la industria musical en la actualidad en cuanto a formas de pago se dan por tres modelos: por descarga, por suscripción e inserción publicitaria y por alianzas estratégicas de empresas. Uno de los modos de pago más utilizados alrededor del mundo es el modelo de descarga pagada de *iTunes*, el cual permite descargar temas sueltos por aproximadamente un dólar o un álbum completo por aproximadamente 13 dólares.

A mayores, las industrias musicales reciben una gran parte de sus ingresos por la publicidad que se coloca en sus plataformas de *streaming*. Plataformas musicales como *Spotify* permiten a los usuarios reproducir música sin pagar la membresía mensual a cambio de recibir anuncios publicitarios entre la reproducción de canciones. Otra plataforma que usa un modelo de negocios similar es VEVO la cual deja reproducir videos musicales con anuncios antes o después del video.

Otro modelo de negocios importante de las industrias musicales es la cláusula *full rights* la cual hace que los artistas le cedan al sello discográfico o *Major* (multinacionales discográficas que concentran los mayores volúmenes de negocio), un porcentaje de todos los negocios que hagan con su carrera, no solamente relacionados con

la música sino también con su imagen. Así, dicha cláusula estipula que los inversionistas reciben “un porcentaje X, en algunos casos el 5, en otros el 10, en otros el 15, sobre todos los negocios que genera el artista, editorial, *merchandising*, cine, sincronizaciones de publicidad, conciertos, venta de tickets de conciertos; o sea, nos asociamos con el artista” (Torres, 2014, 4)

Si bien existen estos grandes modelos de negocios que enriquecen a las industrias musicales, existen también modelos de distribución alternativas que las perjudican tanto en las ventas físicas de CD'S como en las ventas digitales a las industrias musicales. Uno de los modelos de distribución musical alternativo más común es la descarga *online*. La principal forma para descargar contenido alternativo en la red es mediante las plataformas P2P. Este tipo de plataformas funcionan mediante intercambios de archivos tales como videos o canciones que suben los propios usuarios, el archivo se descarga directamente a la computadora del usuario, la diferencia con plataformas como iTunes o Spotify es que no se necesita ninguna aplicación para reproducir el contenido descargado, y lo más importante: la descarga es gratuita.

Las plataformas P2P comenzaron a ser utilizadas en el año de 1999, mediante el programa Napster, el cual llegó a tener más de 26 millones de usuarios en el mundo, sin embargo, varias industrias musicales y gobiernos como el de Estados Unidos se opusieron de forma jurídica mediante el sustento de que se violaban derechos de autor, por dicho sustento se le cerraron a Napster todos sus servidores en Estados Unidos y se le hizo pagar una multa de 26 millones de dólares.

No obstante, no se detuvo aquí esta tendencia de distribución alternativa y comenzaron a surgir plataformas parecidas a Napster, pero con servidores descentralizados, los cuales permitían que dichas plataformas permanecieran en la red. En esta nueva etapa de las P2P surgieron plataformas como Limewire, Kazaa, Gnutella, Emule, BitTorrent y la popularísima Ares, esta plataforma tres años después de su fundación ya contaba con un millón de archivos agregados a su red.

Las plataformas P2P siguen teniendo mucha presencia en los usuarios de música en la actualidad, en ellas “se distribuyen gratuitamente unos 4.000 millones de álbumes a través de estas redes y se estima que el 28 por ciento (1 de cada 4) de la población con acceso a Internet hacen uso de los P2P mensualmente” (Torres, 2014, 5)

Para muchas personas pagar por plataformas de *streaming* musical no es una opción para su consumo de música, la gratuidad (con todos los contras que puede implicar para los consumidores) es la primera alternativa para muchos individuos alrededor del mundo. Para 2014 se estimaba que en países como Brasil los usuarios que no están dispuestos a pagar por música rondan en el 44% mientras que en el Reino Unido esta cifra alcanzaba el 52%.

¿Cómo se defiende la industria musical ante esta gratuidad? Si bien las industrias musicales buscan competir con las plataformas de intercambio gratuito mediante los modelos de comercialización y *marketing*, también genera obstáculos y presiones legales para detener al mundo de las descargas alternativas.

En 1998 el congreso de los Estados Unidos de América aprobó la ley *Digital Milenium Copyright Act*, la cual establecía cualquier archivo distribuido o intercambiado en la red sin autorización o consentimiento del propietario era considerado un delito, dicha ley inspiró la creación de leyes similares en diferentes congresos en el mundo. Otra ley que giró en el mismo sentido que la *Digital Milenium Copyright Act* fue la llamada Ley del Canon en España en 2008, la cuál como su nombre lo indica imponía cánones digitales que aplicaban tarifas a la gente que compartía archivos sin *copyright* con el fundamento de recompensar al artista, esta ley fue suprimida en el 2011 debido a una fuerte oposición civil. Otra ley similar de España fue la llamada Ley Sinde de 2012, la cuál tipifica como un crimen tener un sitio de intercambio de enlaces para descargar archivos, la penalización de la violación de esta ley es el cierre del sitio web de forma permanente. Otra ley importante es la ley estadounidense conocida como SOPA por su nombre en inglés; *Stop Online Piracy Act*. La cual “amplía la capacidad de aplicación de la ley de EEUU y los titulares de derechos de autor para combatir la piratería digital y las descargas de

Internet protegidas por copyright y los derechos de autor de productos falsificados.” (Torres, 2014, 6). La penalización de esta ley contempla el poder emitir una orden judicial para que los proveedores de internet bloqueen el acceso al sitio de descargas.

Por otra parte, la industria musical se defiende del campo de la gratuidad haciendo pactos, alianzas, colaboraciones y convenios con los proveedores de servicios de internet alrededor del mundo para detectar contenido descargado gratuitamente. Un caso de estas asociaciones es la Ley Hadopi de Francia, esta estipula que el servidor de la red debe notificarle al usuario infractor que se está detectado descargas gratuitas en su PC o celular, si el usuario continúa infringiendo la ley el servidor debe suspenderle su servicio de internet, modelos similares de detección y sanción de la gratuidad se han replicado en Corea del Sur, Suecia y Reino Unido.

Otro tipo de acuerdo para perseguir la piratería que llega a tener el Estado con los proveedores de servicios de internet consiste en ofrecer descargas de canciones ilimitadas, estas se dan mediante un monto extra en la tarifa mensual que el usuario paga por su señal de internet, este tipo de modelo de negocio lo sostienen empresas como TDC Play en Dinamarca o Sky Songs en el Reino Unido.

El mantenimiento de esta disputa entre lo gratuito-alternativo y lo pagado-formal sigue presente en la actualidad, sin que la balanza se incline totalmente de un lado o del otro. Por un lado, existe “un escenario de gran potencial mercantil, estable y con un crecimiento continuo a nivel global, para alentar a los socios capitalistas a seguir invirtiendo en las distintas fases de desarrollo de una industria” (Torres, 2014, 6); mientras que por el otro se sabe que la piratería o intercambio de música informal entre individuos daña en gran medida al negocio de la industria musical, dicha piratería a pesar de ser atacada año con año, no logra desvanecerse.

El tema de la gratuidad y más específicamente de la distribución gratuita no autorizada o piratería, supone conflictos con los derechos de autor. Esta constituye una materia en disputa de suma importancia para la economía de muchos actores que se relacionan en el entorno de la industria musical, es por ello que “su violación constituye un freno considerable a la inversión en nuevos creadores y a la

amortización de obras producidas” (Torres, 2014, 7). Todo esto depende del lugar y la forma en que se aplique y se sancione la ley o leyes relacionadas con la propiedad intelectual.

Las descargas gratuitas que en bastantes entidades del mundo implican una violación a la ley, tienen varias explicaciones causales. Una de ellas es que la música que se encuentra en el entorno de la gratuidad es bastante fácil de conseguir en la red, además de que su calidad no varía considerablemente a la de las plataformas de pago.

Hoy los modelos de pago mediante descarga juegan un papel similar a los de las ventas físicas de hace algunas décadas, la diferencia es que en décadas anteriores no existía un campo tan extenso de la gratuidad como hoy. Aún las industrias musicales no han logrado detener en forma considerable a las descargas gratuitas ni mediante legislaciones, ni jurisprudencias, ni tampoco acuerdos entre sus actores.

También se puede pensar que si bien la industria musical busca herramientas para defender su propiedad mediante la justicia también puede llegar a ser beneficiada en muchos casos por la gratuidad ya que si se populariza su contenido le genera una “difusión masiva de artistas que ensanchan su *fanbase* y los potenciales asistentes a conciertos.” (Torres, 2014, 7). En esta modalidad específicamente han incursionado numerosos artistas del reguetón.

Para Cristian Torres (2014) es fundamental que la sociedad pueda encontrar un equilibrio en el que los usuarios sean conscientes de la importancia de los derechos de autor de las producciones musicales para que los artistas puedan seguir produciendo e innovando con una rentabilidad adecuada para sus necesidades, pero también considera importante que los consumidores de los productos de la industria musical encuentren alternativas accesibles en cuanto a precios y contenidos.

En el futuro muy probablemente irán surgiendo nuevas reestructuraciones a nivel mercantil y legal, porque la disputa entre lo gratuito y lo pagado seguirá latente, los actores de ambos bandos están en un entorno que “se rige por un claro desacuerdo entre

unos y otros. Podríamos decir que los primeros no han dado a los segundos suficientes alternativas para que se comporten de otra manera” (Torres, 2014, 7)

En resumen, el tránsito del consumo en vinilos, casetes o CD's hacía el consumo digital ha significado, sobre todo en los últimos años, para industria musical una disputa por el control del mercado, sin embargo, se puede afirmar que ésta sigue teniendo el control mayoritario de los canales de distribución y producción de la música, no tan distinto al control que tenía de la producción y mercantilización de la música en décadas anteriores con las ventas en físico. En un plano general se sabe que el avance de las industrias culturales en los modelos online de los últimos tiempos se debe principalmente a las siguientes acciones:

- La instauración del modelo de respuesta gradual, el cuál hace que los gobiernos reciban notificaciones de los servidores para castigar la piratería,
- Los acuerdos entre las ISP's (*Internet Service Provider*) y las *Majors* para establecer acuerdos de distribución de productos musicales mediante un costo extra en el pago del servicio de internet
- la inversión económica en el marketing para promocionar las plataformas de descarga digital pagada como iTunes o Amazon.
- Las alianzas estratégicas con las compañías de telefonía móvil como Nokia o Vodafone para promocionar música y plataformas de descarga.
- Los acuerdos de distribución que tienen las grandes discográficas como Sony, Universal o Warner con las compañías de descarga por pago

Todo este éxito de la industria musical en el presente siglo está enmarcado en el contexto de que ésta genera alianzas con diferentes actores de las grandes empresas, tales como operadores de las compañías de telecomunicaciones, especialistas en softwares, técnicos en electrónicos y expertos en distribución de contenidos, siguiendo esta línea podemos afirmar que “los grandes grupos empresariales han desembarcado en internet y comienzan a dominarlo”. (Torres, 2014, 8)

Este poderío empresarial concentra sus ventas en cuatro principales *Majors*, estas son Universal Music, Emi Music, Sony Music y Warner, las cuales tienen contratos con artistas como Maluma, Pitbull o Karol G entre muchísimos otros, esta



concentración de ventas en ciertas empresas hace que la música caiga en cierta estandarización que imponen dichas compañías.

## 2.2 El proceso de producción musical y la música independiente en la época digital

Para el presente apartado es importante partir señalando la diferencia entre música comercial e independiente, para contextualizar los alcances y dificultades que tienen los músicos al introducir nuevas propuestas al mercado. La música comercial es aquella que tiene su producción, reproducción y comercialización en los canales ya establecidos y “bajo los lineamientos dictados por las principales empresas del sector” (Lalama, 2015, 48).<sup>16</sup> Por otro lado, la música independiente se crea y se distribuye por autogestión mediante canales alternativos. En este tipo de música son principalmente sus mismos artistas o colaboradores solidarios quienes se encargan del proceso de producción y circulación de sus obras musicales, así como de la organización de los conciertos.

En sentido estricto, no se puede definir música alguna como totalmente comercial o independiente, ya que esto dependerá de que tanto los actores se introduzcan en los canales y procedimientos ya establecidos. Teniendo esto en cuenta esto a continuación se presenta el proceso de producción musical, según la naturaleza más comercial o independiente de la obra los agentes y recursos que intervienen en cada una de estas fases serán provistos por una empresa discográfica ya constituida o bien por una participación mucho más diversa de agentes con frecuencia descentralizados.

**Tabla 1. Etapas del proceso de Producción Musical<sup>17</sup>**

PA	CRIPCIÓN
de producción	define cuál será la estructura del tema o canción, así como el tiempo, la escala,

<sup>16</sup> Para el presente apartado ‘Proceso de producción musical’ se utiliza en su mayoría el texto de Lalama (2014) salvo que se explicita lo contrario.

<sup>17</sup> Esta tabla se construyó también con base en el texto de Malala (2014)

	el ritmo, etc. Después se define lo que se va a grabar y a secuenciar.
cción de Equipos	decide la microfónica a utilizar, así como los efectos y la interfaz de audio.
erminación del estudio	escoge el estudio más adecuado para la grabación, tomando en cuenta las condiciones acústicas y ergonómicas. En ocasiones el estudio es lo primero que se elige, depende el artista.
ductor	establece un productor y/o arreglista que coordinara la fase de grabación y mezcla.
ware	define que softwares de grabación y mezcla con sus respectivos <i>plug ins</i> se utilizarán.
posición multicanal	grababan primeramente los instrumentos y posteriormente las voces, generalmente se utiliza un metrónomo para esta fase.
blecimiento de niveles	establece el nivel del instrumento o voz a lo largo del tema. Para esto se utilizan dinámicas de onda, compresores o limitadores.
ficación de base	comprueba que no exista cancelación por parte de un canal hacía otro.
alización	define cuales son los instrumentos y tonos que sobresalen en la mezcla
<i>droom</i>	establece la diferencia entre el nivel máximo de la onda y el mínimo, para tener más espacio para trabajar en la masterización

de <i>mastering</i>	definen los equipos e ingenieros para procesar la mezcla
lización de <i>mastering</i>	realiza la comprensión multibanda, ecualización, normalización, efectos, parámetros de manejo de estero, loudness, etc.

Una cuestión importante es tener en cuenta que la etapa de producción no concentra solamente el trabajo creativo, sino que está fuertemente imbricada con la etapa de difusión-comercialización. En el caso de la música comercial dicha imbricación se da a partir del marketing y la prueba de audiencias a través de canales también controlados por Majors o sellos discográficos muy establecidos en el mercado. En el caso de las producciones independientes si bien el proceso de producción busca tener *feedback* de las audiencias, las alternativas de difusión suelen ser más diversas y no necesariamente asumen un carácter comercial como por ejemplo realizar presentaciones gratuitas financiadas con fondos públicos, difundir contenido gratuito en plataformas P2P o en programas de medios de comunicación no comerciales.

Otro signo claro que refuerza el carácter independiente de las tareas de producción es la implicación en primera persona de los artistas. A diferencia de lo que ocurre en los circuitos comerciales donde los artistas se sienten constreñidos por los controles de la industria, en la esfera de la música independientes los y las profesionales de la música concentran las funciones en sus manos. De hecho, se observa en las esferas de la música independiente ha florecido la categoría del “músico emprendedor” para denotar a aquellos profesionales del rubro que producen y gestionan contenidos musicales de forma autónoma (Moreno y Quiña, 2018) actividad mediante la cual logra asegurar sostenerse económicamente.

De igual modo, la revolución tecnológica en curso ha fomentado el abaratamiento de los dispositivos de grabación, lo cual ha redundado en el carácter cada vez más

“doméstico” de este tipo de procesos y la proliferación de estudios a pequeña escala. Estas tendencias también han favorecido que en la actualidad aparezcan no sólo productores o artistas, sino inclusive sellos discográficos que se definen a sí mismos como “independientes”.

En el caso del reguetón, hoy música comercialmente exitosa pero que tuvo que abrirse camino a contracorriente en el mercado, la importancia de los sellos discográficos independientes ha sido crucial. Como se describe en el artículo “*La música independiente en Puerto Rico y su sostenibilidad económica en un país en crisis*” (Quiñones, 2019) el término de “música independiente” en Puerto Rico surge de la creación de las diferentes subculturas que se oponen a los grandes sellos multinacionales que tienen el control masivo de la realización y comercialización de música. En términos generales si no existen estas multinacionales (principalmente son Sony, Universal y Warner) no existe la música independiente, ya que esta última busca independizarse de las mismas. En Puerto Rico las grabadoras de cinta TEAC 144 ayudaron a comenzar a asentar la música independiente, las cuales surgieron en los ochenta y permitían a los artistas grabar sus producciones en sus casas sin la necesidad de pagar a un estudio

Sin embargo, el concepto de música independiente es más amplio que oponerse a los grandes sellos discográficos multinacionales según Quiñones (2019), pueden darse excepciones de artistas independiente que trabajen con estos grandes sellos, si es que los artistas cuentan con libertad creativa o conservan su concepto estético, pues el principal distintivo de la música independiente es desafiar la cultura *mainstream*.

De esta forma, en Puerto Rico a la par de estas subculturas de música empiezan a surgir los sellos independientes que tienen la misión de colaborar con este tipo de músicos. La industria de música independiente puertorriqueña ha impulsado géneros como la salsa, el hip hop y el reguetón, que contrastan con el pop “el cual

históricamente ha sido apoyado ampliamente por las multinacionales, por lo tanto, son más escasos los artistas independientes pop (aunque existen) en la isla” (Quiñones, 2019, 119)

El hip hop, en la década de los ochenta, fue un gran negocio para los sellos independientes que lograron difundir la música de artistas como Vico.C, Ruben DJ y DJ Negro, para la década de los noventa los sellos comienzan a trabajar con rock independiente de la isla que estaba combinado con el ska y el reggae, un grupo destacado de este estilo es La Manche del Jardín (Quiñones, 2019)

Los músicos independientes de Puerto Rico se fortalecieron en la década de los 2000 debido a que las computadoras ya contaban con una mejor capacidad de memoria RAM, mejores micrófonos y procesadores para producir y promocionar la música. En estas condiciones, los sellos independientes empiezan a promocionar bandas como Superaquello, Balún o Campo Formio, que son propuestas de música experimental cercanas al género *ambient* que es un género relacionado con la música independiente. (Quiñones, 2019)

La alta fidelidad con las que se podían realizar las grabaciones de los músicos independientes de Puerto Rico en la década del 2000 hizo que los sellos pudieran captar y promocionar el talento de artistas como Indigo, Buscabulla o los Walters, las cuales son “propuestas musicales que no se limitan en cuestión de género, entre estos grupos se puede escuchar desde salsa independiente hasta hip-hop, y crean un grupo de seguidores más amplio” (Quiñones, 2019, 121) Estas propuestas musicales independientes se acercan al *dreampop* estadounidense mezclado con el dembow, que es el principal ritmo asociado con el reguetón, además de tener sonoridades puertorriqueñas. Este tipo de música tuvo una importante repercusión en la isla, canciones como *La Nueva Ciudad* de Balún superó las 5mil vistas en YouTube, mientras que *Métele* de Buscabulla alcanzó las 694 mil vistas en la misma plataforma. (Quiñones, 2019)

Estos éxitos sirvieron para que los sellos independientes se empezaran a interesar en el *dembow* (el ritmo asociado al reguetón) como un negocio. También ayudó el crecimiento de los servicios de *streaming* y los espacios que se le fueron abriendo

a lo producido por sellos independientes como Radio Red, que es una radio boricua que se especializa en música independiente. Este tipo de espacios con el tiempo empezaron a promocionar música como reguetón, trap y reggae, lo que ayudó al reguetón a consolidarse en el país boricua. (Quiñones, 2019). Asimismo se crearon otros espacios de infraestructura como el festival Guaya Guaya Fest (Quiñones, 2019) Sin embargo esto no es suficiente ya que hasta la actualidad existe una “falta de una infraestructura comercial más inclusiva para la música independiente en Puerto Rico” (Quiñones, 2023) pero este no es un problema que afecte ya al reguetón insertado de lleno en el mainstream global.

### **2.3 Características específicas de la Industria Musical y su presencia en México**

En México existen diferentes desafíos para los músicos que se encuentran en el contexto del tránsito de lo analógico a lo digital y pretenden conseguir números aceptables de oyentes y ventas, sobre todo para los músicos independientes, que son aquellos que no se encuentran bien posicionados en el mundo de la producción y comercialización. Sin embargo, este proceso ha cambiado con el pasar de los años, siendo un poco más accesible para los actores de los últimos años, para resaltar este cambio se explica un breve contexto a continuación.

En décadas anteriores la distribución de los productos musicales en formatos de vinilos, casetes, o CD'S se hacía en puntos de venta específicos, principalmente los repartían las distribuidoras o disqueras a dichos puntos específicos. Esta era la manera formal, sin embargo, existía la distribución de mano a mano que se daba en puestos callejeros o ambulantes, los cuales vendían los productos antes y después de los conciertos de los artistas a las afueras del inmueble donde se presentaba el espectáculo, y otros puestos que se colocaban en mercados de ruedas determinados días de la semana.

En la era digital se mezclaron estas formas tradicionales de distribuir el producto musical con las plataformas de *streaming*, las p2p y los acuerdos de promoción musical con las compañías de celulares. La elección de que tanto los músicos se decanten por una estrategia de promoción musical u otra, ya se analógica o digital depende

de su entorno económico o como lo dice Torres (2016, 26) “Dentro de este panorama tradicional-digital, los músicos independientes en México suelen decantarse por las estrategias que más les convengan a nivel financiero y artístico”.

Existen diferentes caminos en cierto punto accesibles para que los músicos puedan empezar a crecer económicamente y a nivel de imagen bajo el esquema digital. Los músicos y productores en México tienen como variante para distribuir sus productos musicales las plataformas de consumo por pago *online*, en las cuales se encuentran también regularmente los productos financiados por las grandes *majors*.

Las empresas distribuidoras más importantes que se dedican a colocar sencillos y álbumes en las plataformas digitales en México son *CD Baby* y *Creanaut* (Torres, 2016) las cuales logran colocar los productos de los artistas en más de treinta plataformas de *streaming* las cuales incluyen Spotify, Deezer, Youtube, iTunes, Movistar por una cuota única dependiendo el producto. (Torres, 2016)

La empresa Creanauta les ofrece a los artistas la opción de subir contenido por sencillo o por álbum, los actores de la empresa se encargan de colocar el producto en las plataformas de descarga o *streaming*, además de gestionar la paga que hace la plataforma. En promedio por gestionar los servicios de pago empresas como Creanauta se quedan con un 20% de las ganancias y el artista en 80% (Torres, 2016).

Sin embargo, las plataformas de gestión de pago *online* no son las únicas que permiten subir contenido a los artistas para generar un ingreso. Existen plataformas que le ofrecen a los artistas distribuir sus canciones gratuitamente y además generar una remuneración, una de ellas es Gridtrax la cuál tiene una presencia importante en México.

En plataformas como Gridtrax los “archivos son previamente almacenados en el servidor de la empresa, y se otorga un pago a los músicos de 50 centavos mexicanos por cada descarga realizada” (Torres, 2016, 26). Esto se da con la condición de que a

cada canción se agregue una publicidad de aproximadamente tres segundos, dicha publicidad la gestiona la plataforma. Este modelo de negocio que usan las plataformas como Gridtrax genera oportunidades a muchas empresas para poder colocar su publicidad en la red, por lo que invertir en Gridtrax para dichos anunciantes es sumamente atractivo y a la vez resulta un negocio para los individuos que participan en las industrias musicales de la actualidad.

La explosión de Gridtrax como mercado para anunciantes y músicos ha logrado que cuente desde 2016 con más de 8 millones de seguidores. Los músicos que se introducen a Gridtrax en ocasiones llegan a facturar más dinero ahí que en plataformas más populares como Spotify o Youtube, tal es el caso de Mr. Blanky el cuál “ha conseguido cobrar más del 500% en un mes con respecto a esas plataformas” (Torres, 2016, 26)

Más allá de que en México la venta online y sus distintas maneras de distribución han tenido un impacto y un crecimiento muy importante en la última década, no podemos dejar de tener en cuenta que siguen permaneciendo en la esfera de la industria musical prácticas tradicionales importantes para los músicos y consumidores.

Las prácticas tradicionales que aún siguen vigentes, aunque con cada vez menor popularidad y demanda, son las tiendas de discos tipo *Mixup* o similares como los mercados de “El Chopo” y “La Merced”, o los *estands* que se ponen durante los conciertos o por estrategias de “marketing callejero en las que se obsequia el álbum acompañado de algún flyer o calcomanía; el intercambio con alguna otra agrupación en un acuerdo de distribución mutua” (Torres, 2016, 27)

Para tener una buena distribución musical física es necesario tener una red de contactos y una presencia notable en el público o como le llama Torres (2016) un ‘caché ostentado’, con este el artista se encuentra en mejor posición para poner en el mercado físico sus productos.

Si se desea poner en marcha un proyecto físico-tradicional de ciertos artistas que ya cuenten con una audiencia importante, este proyecto puede obtener para los



músicos, aproximadamente, un porcentaje de ventas de álbum entre el 70 y el 80 por ciento, la cual representa un éxito comercial prácticamente asegurado para todas las partes de producción del disco. En cambio, un artista o una agrupación de caché medio o bajo aspira solamente a tener entre el 10 y el 30 por ciento de las ganancias por álbum, esto en caso de que la disquera cumpla sus condiciones de contrato ya que a veces éstas abusan y no cumplen los términos acordados con los artistas.

Torres (2016) pronostica complicada, por lo menos ahora, la desaparición de los álbumes en físico, esto pese a la caída de sus ventas en las últimas décadas, ya que no solo son un medio de promoción de los músicos y productores hacia el público, sino que funcionan como “la cara promocional de los artistas, de cara a promotores, medios, *venues* y más” (Torres, 2016, 28). Para comprender mejor esta cara promocional de la música es necesario exponer como están divididas las empresas de producción y promoción de discos.

Las empresas discográficas según sus alcances, intereses, modelos de negocio y modelos de actuación tienen diferentes divisiones, principalmente se dividen en *Majors* y sellos independientes.

Una *Major* es una empresa discográfica transnacional con poderío económico notable, que posee diferentes puestos de directivos en su organización, tales como el CEO, el presidente, el vicepresidente, además de tener una división departamental interconectada que desarrolla toda la cadena de producción musical desde su creación hasta la comercialización para su consumo, ejemplos de *Majors* son EMI Music o Warner.

Por otro lado, existen los sellos independientes, los cuales cuentan con un capital de inversión sustancialmente reducido comparado con el de las *Majors* son “generalmente una empresa pequeña o mediana que subsiste con recursos económicos y humanos limitados” (Torres, 2016, 28).

Los sellos independientes no tienen una participación en el mercado mundial, sus productos generalmente son concebidos y realizados en el mercado nacional y no

cuentan con un alto presupuesto de promoción, la difusión de sus contenidos se da por las relaciones personales de la gente que dirige este sello. Por lo general, este tipo de organización son reconocidos como PYMES (Pequeña y mediana empresa).

El reguetón nacional ha sido particularmente exitoso en copar las esferas de la música independiente, su éxito es tal que bandas de otros géneros como La Santísima Voladora de Aguascalientes, se han quejado de la poca atención que se le pone hoy a los artistas de rock independiente, incluso han tenido que modificar su tradición de preparar un disco con años de producción ya que los artistas de reguetón lanzan sencillos de forma constante. Esta banda protestó de la falta de atención que sufren los artistas independientes con la canción *No me gusta el reggaetón* de 2022. (Piña, 2022). Parte de esta disputa tiene que ver con que el reguetón fue un género que se adaptó favorablemente a la música que se transmite por *streaming*, modalidad que ha representado una gran revolución en la industria musical como se detalla a continuación.

El crecimiento reciente de la industria se atribuye a la innovación, la adaptación a nuevas tecnologías y las inversiones realizadas para enfrentar desafíos, como la profunda crisis originada en la industria de la grabación por la emergencia de los formatos digitales y la piratería. Así, la industria musical ha tenido que adaptarse a grandes cambios a lo largo del tiempo, desde la digitalización hasta la democratización del acceso a las herramientas de producción. Ahora, está en una época de transición hacia nuevos modelos de monetización, distribución e interacción con la audiencia (AMPROFON, 2022, p.6), transición de la cual el streaming es un elemento clave. Según el reporte de música de AMPROFON del año pasado (AMPROFON, 2022) el *streaming*, incluido el formato de video corto, ha tenido un papel crucial en este crecimiento.

Gran parte del éxito del *streaming* se debe a su uso entre los jóvenes mexicanos. La Generación Z y los Millennial están redefiniendo la industria musical mexicana, ya que son ávidos consumidores de música en *streaming*. Cerca del 90% de los oyentes en estas generaciones utilizan plataformas digitales para escuchar y descubrir música. La música se ha convertido en parte integral de sus vidas, con la Generación Z escuchando un promedio de 18.4 horas de música por semana. Hoy se usan como Spotify, Deezer, TikTok, Apple Music y Claro Música, para conectar con la audiencia más joven (Parvez, 2022).

Es importante acotar que el consumo digital reforzado por *el streaming* ha cambiado la dinámica de trabajo en la industria, priorizando enfoques locales en el desarrollo de artistas. La interacción con la audiencia se ha vuelto esencial en todas las etapas, desde la creación hasta la comercialización de la música. Se destaca cómo el consumo en plataformas y redes ha creado un flujo económico circular único, donde los consumidores finales pueden impulsar la música, construyendo una relación basada en el uso más que en la mera compra de bienes de consumo. (AMPROFON, 2022, p. 6).

Por otra parte, la llegada del streaming ha democratizado el acceso a la música global, lo que ha llevado al desarrollo de diversas escenas musicales tanto mainstream como *unders*. Géneros como el rock progresivo, el dark rock, el heavy metal y la música tradicional han encontrado espacio gracias a las tecnologías de información y la formación de comunidades de seguidores fieles. (AMPROFON, 2022, p. 9). También el streaming ha permitido que una amplia variedad de géneros, incluyendo el corrido y el sierreño, resurjan con fuerza y superen incluso al género urbano y pop (AMPROFON, 2022, p.13).

Nuestro país se ha convertido en uno de los mejores mercados para la música en *streaming* en América Latina y ha experimentado un crecimiento explosivo en su economía gracias a este sector. México ha sido elogiado por Spotify como un líder en *streaming* de música y se ha consolidado como la 15ª economía más grande

del mundo y la segunda en América Latina, después de Brasil (Parvez, 2022). En el negocio de la música, según la misma fuente, las perspectivas a futuro son prometedoras, pues se prevé un continuo crecimiento en las ventas de música digital en México, con estimaciones de alcanzar los 402.90 millones de dólares en 2022 y posiblemente llegar a los 513.90 millones de dólares para 2026.

Algunos datos reveladores de las características del mercado musical en México resultan por ejemplo que alberga más de 20 millones de usuarios suscritos a plataformas de música digital, lo que lo convierte en un destino clave para los sellos discográficos que buscan expandir su catálogo y aumentar sus ingresos. Los oyentes mexicanos prefieren cada vez más plataformas como Spotify, Deezer, Claro Música y iTunes / Apple Music para descubrir y disfrutar de música, el streaming ha impulsado el crecimiento de la industria de la música grabada en México, aumentando el consumo, el *engagement* y los beneficios. El país se destaca por tener una de las tasas más altas de usuarios que pasan tiempo en plataformas de streaming de pago, así como un uso significativo de aplicaciones de videos cortos como TikTok. Además, el país destaca por la variedad de sus catálogos. Los diez artistas en el ranking de Chartmetric representan una diversidad de estilos, incluyendo Christian Nodal, Kim Loaiza, Julieta Venegas, Banda MS y Los Ángeles Azules. En este punto, el país se ha vuelto un centro de atracción para el talento mundial debido a su infraestructura en ciudades clave y su relación con Estados Unidos, generando oportunidades tanto para artistas mexicanos como para aquellos que buscan entrar al mercado estadounidense. (AMPROFON, 2022, 24).

En medio de este escenario de dinamismo y crecimiento de las industrias musicales en el país, la realidad de los sellos independientes -que juegan un papel importante para el desarrollo del reguetón- atraviesa diferentes tensiones. Los sellos independientes vivieron un auge entre 2005 y 2015, explorando nichos poco atendidos, entendiendo estos como “un segmento o sub-industria que agrupa identidades, imaginarios y estilos musicales afines” (Woodside, 2018, 24). Sin

embargo, en la actualidad la industria musical independiente mexicana está atravesada por un sinnúmero de factores que obstaculizan su desarrollo. Para empezar dichos sellos tienen ahora mayores urgencias de invertir en promoción, en tanto la digitalización y la adopción de teléfonos inteligentes, redes sociales y streaming han dado a los catálogos más grandes un papel central en la industria (AMPROFON, 2022, 15).

Otros factores que obstaculizan el desarrollo la industria musical independiente mexicana son el clasismo y el racismo que se vive en el país (Woodside, 2018, 29), elementos muy vinculados a las políticas culturales nacionalistas de finales del Siglo XIX y de la primera mitad del Siglo XX. El citado autor refiere que los criterios de apreciación impuestos por el nacionalismo segregaron las sonoridades y géneros de otros países, con lo cual la música del Caribe, entre otras, quedó estigmatizada. Sobre el racismo, menciona que este genera discriminación tanto por valores estéticos como por valores morales. Los primeros buscan hacer una diferenciación en favor de la música que más se asemeje a la estética romántica y moderna de Europa, mientras que la discriminación por valores morales en la industria musical mexicana está en “evaluar y diferenciar moralmente lo local, o nacional, de lo proveniente de otras latitudes” (Woodside, 2018, 30). Esto se puede notar de forma muy evidente en expresiones como cuando a Joaquín Beristaín se le dice “Mozzart mexicano” o a Caifanes se le dice “el The Cure mexicano”. En el análisis de las entrevistas de la tesis abordaremos algunas expresiones racistas en contra del reguetón nacional.

Finalmente, en el desarrollo de un sector musical independiente en México interfiere la incidencia de la industria del entretenimiento. Dado que es uno de los países con un desarrollo considerable de este rubro, la música tiende a ser “capturada” por el sector privado para ser empleada en producciones de cine, videojuegos o contenidos para redes sociales (Woodside, 2018, p.24). Los nexos con estos

sectores se vuelven imprescindibles para muchos profesionales de la música, problema agravado por la escasez y focalización de los apoyos gubernamentales.

Las características del sector de la música independiente en México y sus limitantes para desarrollarse, inciden en que existan menos posibilidades de que este albergue a nuevas propuestas. Existen géneros en la industria musical mexicana que aún se mantienen en gran medida como industria independiente, tales como la música popular alternativa o tropical mientras que otros están mucho más atravesados por la industria *mainstream* tales como el pop balada, o el urbano latino. En este último nicho se ubica al reguetón, que en el país está anclado a la música *mainstream*. Esto no se debe confundir con que no exista reguetón mexicano independiente, solo significa que el género está más ligado a la industria *mainstream* que al sector de la música independiente. Esto también se debe a que México no es propiamente un país donde se haya originado el reguetón, sino que este comenzara a arraigarse cuando ya se había consolidado a nivel global. Además, las limitantes del sector independientes hacen que no se aventuren tanto con géneros cercanos del *mainstream*, salvo que sean empresas creadas por las propias *majors* para diversificar su catálogo y reflotar sus utilidades. Esta es la experiencia del productor portorriqueño Gustavo López, quien siendo parte de la corporación UNIVERSAL fue autorizado a crear el sello Fonovisa, a partir del cual captó a músicos y productores *unders*, tales como las de Toy Selectha, uno de los productores más importantes de reguetón mexicano y logró impulsar de forma considerable las ventas (López, 2020).

Si bien en México, la industria musical independiente no ha fungido como un amparo seguro para el desarrollo del reguetón, otras condiciones como la informalidad también han afectado su desempeño. Según datos de la INEGI en 2021 la economía informal aportó más del 23.7% del PIB (2022) lo cual nos habla de un sector con un peso considerable dentro de la estructura económica y que por tanto abarca a múltiples actividades entre ellos las culturales. Diversos estudios dan cuenta de cómo afecta la informalidad al rubro de la música y de forma particular

al trabajo en esta área (Olvera, 2016; Morales y Romero, 2019) Según el ya citado trabajo de Woodside (2018) las principales repercusiones de esta realidad para las actividades musicales serían las limitaciones para monetizar el trabajo y los derechos de autor, las limitaciones para acceder a la seguridad social y una mayor dificultad para ingresar a canales de difusión masivos como los medios de comunicación.

Con todo, a pesar de todas las dificultades que pueda llegar a generar el sector informal de la música en México, en particular el comercio informal -que como precisan especialistas no necesariamente incurre en la ilegalidad- ha contribuido positivamente a que las producciones independientes tengan más alcance, al punto de asumirse por los profesionales del sector como una estrategia de difusión necesaria especialmente para artistas nóveles.

## **CAPÍTULO 3 El desarrollo de las audiencias del reguetón en México<sup>18</sup>**

### **3.1.1 México y el desarrollo del reguetón a nivel global**

El surgimiento del reguetón a nivel global, así como su crecimiento y consolidación, se da por múltiples factores, entre ellos la relación que existe con los géneros musicales del espacio y tiempo en el que se encuentre el reguetón, el papel que juega la industria musical en determinados lugares y la historia sociocultural que viven determinadas sociedades en las que se consume reguetón. Según las personas entrevistadas todos estos factores se hacen presentes en la historia de este fenómeno musical en el país, como a continuación detallaremos.

Una primera idea interesante es observar cómo la difusión en México de géneros que sirvieron de base al reguetón pudo haber contribuido a ir disponiendo a las audiencias para la sonoridad reguetonera. Al respecto en las entrevistas se menciona afrobeat por parte de Yubeili (1Y\_01/06/2022, 06), el trap por parte del mismo Yubeili (1Y\_01/06/2022, 06), el global bass (2P\_26/05/2022, 6) y la cumbia por parte (2P\_26/05/2022, 40) de Esa Mi Pau y el Glam Rock por parte de Mucha Onda (3MO\_15/06/2022, 46).

El afrobeat nace en Nigeria teniendo una popularidad importante entre las décadas de los sesenta y setenta, su principal representante fue el anticolonialista Fela Kuti, combina elementos del jazz y del funk con música nigeriana como el yoruba y el highlife. Tras su combinación con el hip hop, el bashment y el dancehall al afrobeat se le ha empezado a llamar afrobeats, en plural (Guerrero, 2022). Una de las

---

<sup>18</sup> En el presente capítulo quisiéramos señalar que realizamos una investigación sobre si existía alguna relación cultural entre el consumo de cannabis y el consumo del reguetón en México. A pesar de tener antecedentes globales importantes como la religión de los dreads, el reggae y el dancehall, no encontramos hallazgos documentales de que en México el consumo de cannabis tenga relevancia sustantiva en la consolidación de la cultura reguetonera nacional, a pesar de que esta planta ha sido en la historia ampliamente consumida en México, en el apartado de apéndices podemos ver un retrato de la historia del consumo de esta sustancia en el país, la colocamos en apéndices ya que sirvió como evidencia documental sin embargo es ajena a la idea que se desarrolla en la tesis, y concretamente a la del presente capítulo. Tampoco descartamos de manera tajante esta idea, es solo que no hemos encontrado una evidencia documental.



bandas más conocida en México, es la banda Antibalas formada en Brooklyn, Nueva York durante 1998, la cual también combina elementos del jazz, el funk y la música tradicional de tambor cubana (Mozaart, 2021). Tal agrupación se presentó en 2013 en la explanada San Francisco de Puebla (Setlist FM, 2013) y en 2022 en la Colonia Roma de Ciudad de México (Juárez, 2022).

Por otro lado, el trap es un género proveniente del rap que encuentra parte importante de sus orígenes en los años noventa en los barrios populares de Atlanta, en los cuáles existían las llamadas *trap houses*; casas donde se podía comprar y consumir *crack*. El nombre de *trap* (atrapado) *houses* hace referencia a que ahí “los consumidores se encuentran «atrapados» hablando de su propio submundo y con su propio *slang* al margen del sistema” (Besora, 2020). Uno de sus primeros referentes fue el colectivo Dungeon Family, pero la consolidación de este género se dio mediante las fiestas de hip hop del Bronx en los años setenta, con DJ’s como Afrika Bambaataa, Kool Herc y Glandmaster Flash. A diferencia del reguetón no tiene una trayectoria histórica en estrecha relación con el reggae y el Caribe, es más cercano al rap y el hip hop estadounidense (Besora, 2020). El trap en México se popularizó en la década del 2010, sus principales expositores de esos tiempos fueron Big Flow Music, W. Corona y Alemán (Martínez, 2017).

Por su parte, el *global bass* es un estilo cercano al reguetón, pero no es propiamente lo mismo. El *global bass* es un estilo musical y cultural que en parte tuvo éxito gracias a la expansión del internet, dentro de éste están incluidos diferentes géneros como el dancehall, el mismo reguetón, el kuduro, el dubstep, la cumbia, el funky, el balkan, el *drum and bass*, entre otros. (Wakantankarecords, 2020). No es únicamente un género, el productor musical Borchi (2020) lo define también como una etiqueta, la cual se usa “para identificar música donde productores de América Latina o de otros países que son como del tercer mundo agarran una fusión entre música nueva de Estados Unidos y Europa y la fusionan con elementos de música regional”. Según Borchi (2020) el *global bass* surge en la era de los blogs de internet, antes de Spotify y páginas similares, surge entre 2008 y 2010 enmarcado

en un contexto de fiestas, es una fusión de música estadounidense y europea con música popular latina o africana, su base es el *house* y el *techno* pero se diferencia de la música electrónica porque “siempre hay una referencia a alguna cosa de música popular latina entonces aunque sea que toquen un tema de *house* hay unas percusiones con cumbia o algo” (Borchi, 2020).

Sobre el origen de la cumbia y sus particularidades en México, este es un fenómeno mencionado por varios entrevistados. La cumbia es un género y una manifestación de sectores populares de varios países de Latinoamérica, entre ellos Colombia, Perú, México y Venezuela. Sus orígenes se encuentran en la música folclórica de los carnavales de la costa norte de Colombia a mediados del Siglo XX. Algunos instrumentos importantes del inicio de su desarrollo son la flauta de millo y la gaita. Se afirma que este género se fue urbanizando en Colombia para después pasar a popularizarse en países del cono sur como Venezuela. El éxito de la cumbia en México se debe en parte a una estrategia mediática de la casa discográfica RCA que buscaba colocar sonoridades latinas en países como México y Argentina, por lo que empezó a traer a grabar a músicos colombianos como Lucho Bermúdez, Luis Carlos Mayer o Aniceto Molina, los cuáles decidieron continuar su carrera musical en el país por el amplio éxito que tuvieron (Parra, 2019). Hoy en México la cumbia se combina con estilos como el mariachi, huapango, hip hop y reguetón entre otros (México desconocido, 2021), en México la cumbia es ampliamente consumida en barrios como Iztapalapa y Tepito, en el caso de Iztapalapa la tradición de la cumbia se empezó a gestar en la segunda parte del Siglo XX debido a la movilidad que se dio de personas de zonas rurales hacia la ciudad y también clases medias que empezaron a vivir en barrios residenciales, para Mariam Martínez “hoy (2018) Iztapalapa con sus casi dos millones de habitantes inmigrantes en su mayoría, es la meca de la cumbia, ahí paralelo al crecimiento poblacional, durante los últimos 30 años, Los Ángeles Azules han hecho crecer también a este género, En sus composiciones están los acordes nómadas, característicos de la cumbia, al igual que la negritud, el éxodo, la hibridación, la austeridad impuesta, las soluciones creativas para explorar la escasez y la

inteligencia para asimilar instrumentos que delatan cada región y cada época, siempre resguardando un acorde que se siente cómodo más allá de los márgenes”, en Iztapalapa se realiza anualmente el Festival de Cumbia en el que la gente además de escuchar este género lo baila en 2022 se realizó en un lugar emblemático para esta alcaldía como la Central de Abastos por su 40 aniversario en el que acudieron figuras como La Sonora Dinamita, Rayito Colombiano y Alberto Pedraza.(Arcos, 2022), en Tepito también existe una larga tradición de la cumbia, los sonideros de este barrio son parte de su esencia, uno de los más populares es el Sonido La Changa formado por su actual líder Ramón Rojo en 1968, comenzó como fiestas del barrio que Ramón musicalizaba con vinilos de cumbia, salsa y bachata, principalmente de La Sonora Matancera, con el tiempo empezó a mezclarlo en los bailes de estas fiestas, así como saludos que se mandaban a gente de las mismas, actualmente “Sonido La Changa ha profesionalizado su espectáculo y cuenta con un show de luces, sonidos y mucho baile que ha hecho acreedor a Ramón Rojo el apodo de ‘El rey de reyes’ dentro del ambiente sonidero” (El Financiero, 2023)

Entre los géneros que sirvieron para disponer favorablemente a las audiencias del reguetón en el país, Mucha Onda menciona que parte de las letras del reguetón que hacen referencia al dinero y a la riqueza vienen del Glam Rock (3MO\_15/06/2022, 46). El Glam Rock es un género musical que tuvo una gran presencia en el Reino Unido durante la década de los ochenta (All Music, 2018). Según la misma fuente a diferencia de otros fenómenos musicales del Reino Unido, éste no tuvo mucho existo en los Estados Unidos, su origen es el rock psicodélico, se puede describir como “rock de guitarra simple y crujiente con una teatralidad escandalosa”<sup>19</sup> (All Music, 2018). Algunos de sus representantes son T-Rex, David Bowie, o Sweet. El Glam Rock en México se popularizó en la década de los ochenta y noventa, uno de los conciertos más importantes de este género fue en 1997 cuando David Bowie se presentó en el Autódromo Hermanos

---

<sup>19</sup> Las traducciones de esta fuente son propias

Rodríguez de la Ciudad de México en su tour *Earthling* (Setlist FM, 2010). A pesar de no guardar muchas similitudes estrictamente musicales con el reguetón, la estética extravagante del Glam Rock parece haber dispuesto favorablemente a las audiencias mexicanas en la apreciación visual del fenómeno reguetonero.

Otra idea sugerida por quienes entrevisté es que particularmente en México tuvo especial pegada el reguetón caribeño y en español,<sup>20</sup> en dos oleadas: la primera protagonizada por el reguetón de Puerto Rico y una posterior donde ha primado la influencia del reguetón colombiano. Dicho de otra forma, la consolidación del reguetón en las industrias musicales de diferentes países caribeños logró influir a las audiencias mexicanas, en un contexto en que la industria musical local todavía no le prestaba atención a dicho fenómeno. Esto genera una particularidad del desarrollo de esta manifestación artística en el país, cuyo momento “underground” tiene que ver más con una etapa de procesamiento de las influencias caribeñas (ya completamente integradas al mercado global de la música), poco interés de la industria local y choque moral con ciertos sectores de la sociedad mexicana. Sin embargo, a diferencia de otros países el reguetón mexicano no parece haber tenido en su historia una etapa contestataria o de crítica social aguda, si bien -como veremos más adelante- en las entrevistas se señala que las audiencias del país se sintieron identificadas con problemas denunciados en las letras del reguetón caribeño.

Esa Mi Pau precisa que el reguetón de Puerto Rico es un reguetón latino pero soportado por la maquinaria de la industria musical estadounidense, ya que los artistas se van a Miami para consolidar su carrera (2P\_26/05/2022, 16). Hubo múltiples eventos que reflejan el éxito de la industria puertorriqueña en nuestro país en la primera ola del reguetón en torno a la primera década del nuevo siglo, a

---

<sup>20</sup> Esta acotación parte de considerar que es posible hablar de reguetón en el Caribe anglófono y específicamente en Jamaica, donde se hace difícil distinguirlo de géneros como el Dembow (Marshall, 2008). Más allá, dadas las dinámicas de la emigración caribeña y la mezcla de culturas, es probable también existan manifestaciones musicales similares en el Caribe francófono, aunque no hayan tenido tanta trascendencia ni existan investigaciones que lo documenten.

continuación, mencionamos algunos. Para el año 2006, Daddy Yankee ya había dado un concierto fuera de la capital, concretamente en Veracruz en el estadio Beto Ávila (Álvarez, 2022). En el 2008, Wisin y Yandel realizaron un concierto el estadio Manuel L. Almaza en el estado de Chihuahua (Last FM, 2022) y en 2011 Don Omar daría un concierto en la Ciudad de Cancún (Last FM, 2021).

Sobre la segunda etapa de influencia del reguetón caribeño en el país, es llamativo lo que comenta Yubeili (1Y\_01/06/2022, 8) sobre la consolidación de éxitos del reguetón colombiano con canciones como *6 am* de J. Balvin, dichos éxitos se convirtieron en inspiración para su trabajo al punto que le permitieron grabar temas con productores del propio Balvin como Bull Nene. El influjo de J. Balvin es corroborado por MuchaOnda, que en su entrevista refiere al disco *Energía* como uno de los más influyentes en la consolidación del reguetón mexicano (3MO\_15/06/22, 34).

Es válido mencionar que la canción *6 am* del cantante colombiano J Balvin, en colaboración con el puertorriqueño Farruko, salió en su primer disco *La Familia* lanzado en 2013. Particularmente esta canción ganó el galardón diamante y oro de las certificaciones mexicanas AMPLOFOR (2019). Por su parte, *Energía* es el segundo disco de J Balvin, lanzado a la venta en 2016, y que cuenta con sencillos como *Bobo*, *Sigo extrañándote* o *Ginza*. Se reporta que este álbum rompió un récord de ventas en México el mismo día de su lanzamiento, registrando una venta de 120 mil ejemplares en un solo día (García, 2016). Hoy en día Balvin es uno de los artistas más escuchado en México, en 2017 fue el artista con más descargas musicales en nuestro país (Saldaña, 2017), y en 2022 fue artista estelar del Flow Fest celebrado en la Ciudad de México, teniendo una participación destacada en el Coca Cola Stage (Palacios, 2022).

Otro de los factores relacionados con el surgimiento del reguetón a nivel global, que influyeron en la irrupción del mismo en el país, parecen haber sido las letras de las canciones. Resulta conocido que las líricas del reguetón son en muchas ocasiones

polémicas, en las décadas iniciales del género las industrias musicales del reguetón lanzaron letras que tuvieron impacto no solamente en sus sociedades sino también en otros países como México. A continuación, se mencionan algunas características de ciertas letras que hicieron “match” con cuestiones de la sociedad mexicana.

### 3.1.3 La represión del Estado

La represión del Estado se presenta como otro de los motivos líricos que pudo haber calado en las audiencias mexicanas. En Puerto Rico, como nos dice Esa Mi Pau (2P\_26/05/2022, 18) el reguetón fue un arma de protesta por parte de los y las artistas -en su mayoría afrocaribeños- contra la represión violenta del Estado. Canciones de reguetón en contra del Estado puertorriqueño que tuvieron repercusión en México fueron *Digo lo que pienso* de Calle 13, la cual fue una dura crítica al gobernador de San Juan, Jorge Santini. Esta canción se encuentra en el álbum *Entren Los Que Quieran* el cuál alcanzó el número 22 de la lista de discos más escuchados en México en el 2011 (Mexican Charts, 2011). Otra pieza célebre es *Loíza* de Tego Calderón la cuál habla sobre el racismo que existe hacía la población afrocaribeña en Puerto Rico y la identidad de las clases bajas boricuas. Esta canción salió en el disco *Abayarde* de 2002, quince años después del lanzamiento del disco, el artista puertorriqueño sigue teniendo presencia en México, se ha presentado en dos festivales en nuestro país: el festival Cabuland en Monterrey en 2017 (Castellanos, 2017) y en el Flow Fest de Monterrey en 2022 (Diario de México, 2022). También iba a participar en el festival Hellow Vibes del mismo año en la Ciudad de México, sin embargo este se pospuso hasta nuevo aviso por un conflicto de interés con los artistas (Monserrat, 2022). Otra canción boricua de protesta es *Corazones* de Daddy Yankee la cual critica la violencia y los asesinatos que existen en Puerto Rico hacia lo jóvenes, así como la falta de educación y oportunidades en los barrios boricuas. Esta canción se encuentra en el álbum *Barrio Fino* de 2004 el cual recibió el premio AMPROFON en México en

la categoría platino, así como otras certificaciones de la misma asociación (AMPROFON, 2016)

### 3.1.4 La sexualidad y el reguetón

En cuanto a las letras de reguetón, abundan las referencias a la sexualidad, sobre lo que existen múltiples opiniones. En las entrevistas realizadas se señalan como un elemento favorable a la recepción de estas canciones en el país. Yubeili menciona (1Y\_01/06/2022, 22) que su propósito al hacer una canción con alguna letra que hable mucho de sexo no es ofender a ninguna mujer, sino que las letras con alto contenido sexual están pensadas para que la gente las disfrute en las fiestas y destaca que las canciones con estas letras las bailan mucho las mujeres. Ya en el 2004 la lista de las canciones más escuchadas en México por parte de Los 40 Principales incluía una canción de reguetón con un contenido sexual hablando del perreo como una actividad de desahogo para las mujeres, esta fue *Dale Don Dale* de Don Omar (Los 40 Principales, 2004), en esta canción participa la cantante puertorriqueña La Gata Gangster, la cual en coro de esta canción le dice a Don Omar que no detenga el perreo: “dale Omar que estoy suelta como gabete” entre otras frases que hacen referencia a la sexualidad y al perreo.

Para Esa Mi Pau (2P\_26/05/2022, 58) las líricas del reguetón se oponen al conservadurismo, ya que invitan que se viva la sexualidad de una manera abierta, gozable y disfrutable. En el 2005 la empresa mexicana Monitor Latino, la cual hace una lista de las canciones más escuchadas en radio por año, puso a *La Gasolina* de Daddy Yankee como la canción más sintonizada en la clasificación de tropical, además de *Lo que pasó pasó* del mismo artista en el tercer lugar de la misma clasificación (López, 2005). En este sentido La Gasolina, es una referencia a que el disfrute por la sexualidad es algo placentero, a pesar de ser algo visto como una sustancia tóxica, como la gasolina, en el 2007 Daddy Yankee lo explicó de la siguiente manera: “Es un tema al que mucha gente le dio su propio significado, pero cuando digo que ‘le gusta la gasolina’, trata de que le gusta pasarlo bien, de

que es una muchacha rebelde que vive por sus propias reglas” (Sue, 2022). Para Sugar Mami estás líricas permiten a las mujeres tener un momento de disfrute, sensualidad y sexualidad que en México costó naturalizar por la cultura que existe en nuestro país. (4SM\_21/06/2022, 20)

### **3.1.5 El uso de las plataformas digitales como un impulsor del reguetón**

Además del condicionamiento favorable que ejerció la familiaridad del público mexicano con las influencias culturales de las que bebió el reguetón, la consolidación del reguetón caribeño en español en la industria musical global o el “appeal” que pudieron ejercer ciertos componentes líricos, otra variable derivada de la expansión mundial del reguetón que incidió en su irrupción en la escena musical mexicana fue el uso de plataformas digitales para difundir esta propuesta musical. Gran parte de los éxitos del reguetón y sus artistas se dieron a conocer por plataformas digitales cuando todavía eran propuestas independientes, estrategia que han replicado los artistas del país.

Plataformas como las antes mencionadas, que técnicamente se denominan DSPs (siglas de la categoría en inglés *Digital Service Providers*), presentaron varias innovaciones que impactaron en el funcionamiento de la industria musical. Lo primero es que se constituyen como redes sociales en las que cualquier usuario pueden postear archivos y -todavía más importante- consumirlos en función de su demanda (el “streaming”). Producto también de su condición de red social, la interacción artistas-audiencias se hacen más fluidas. Igualmente por ello, las DSPs permitieron nuevas vías de difusión internacional a artistas locales más accesibles que las previstas por la industria del disco y los medios de difusión masivos. Finalmente, tales plataformas han implementado diferentes modalidades de monetización, incluyendo el pago de regalías, con lo cual se han convertido en un engranaje clave del “music bussiness” en la actualidad. Según datos del último reporte de la International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), en 2021 el streaming generó el 65% de los ingresos derivados de la música grabada, lo que



en términos monetarios significa 16.9 mil millones de dólares americanos (IFPI, 2022). La misma fuente reporta que para América Latina, el streaming monopolizó más del 85% de los ingresos de la música grabada. Aunque existen numerosos DSPs, en este apartado destacamos los casos de Youtube, Spotify, Soundcloud y Tik Tok, que se refieren como importantes en las entrevistas.

Uno de los sitios más visitados del planeta es sin dudas Youtube, incluso se ha identificado como en segundo lugar sólo precedido por Google según el ranking de Alexa en 2021. Estas son algunas de las estadísticas más relevantes del sitio:

- se encuentra activo para más de 100 países (Osman, 2021)
- tiene 2 billones de usuarios (Osman, 2021)
- cuenta con 51 millones de canales (Kolsquare, 2022)
- reproduce 1 billón de horas de video cada día (Osman, 2021)
- en él se suben 500 horas de video cada minuto (Osman, 2021)
- en 2021 generó casi 29 mil millones de dólares por concepto de publicidad (Kolsquare, 2022)

Badabun es un canal audio digital mexicano en Youtube en que participan distintos influencers principalmente youtubers en que realizan videos con diferentes temáticas, algunos son informativos y otros son grabados en las calles, algunos de sus videos más famosos son: 14 eventos históricos ocultos en Los Simpson, o los que salen tipo serie como Exponiendo Infieles o la Mansión del Influencer. Algunos de los influencers más destacados de Badabun actualmente son Carolina Díaz, Alex Flores, o Kim Shantal. (Sánchez, 2019). Esa Mi Pau menciona que de este canal de YouTube se han viralizado figuras que a la larga han pasado a la escena del reguetón mexicano (2P\_26/05/2022, 60) tales son los casos de Kenia Os, Dj Pantoja y Kimberly Loaiza.

Spotify es una plataforma de streaming musical, la cual cuenta con usuarios que tienen membresía gratis, y otros usuarios que cuentan con una suscripción de paga para no recibir comerciales, fue fundada en Suecia en el año de 2008 (The Power MBA,

2017). Recientemente la compañía publicó sus resultados del tercer trimestre de 2022, en el que ha conseguido unos ingresos totales de 3.036 millones de euros, un 6% más que durante el segundo trimestre, con unos ingresos brutos por valor de 750 millones de euros, la plataforma ha seguido creciendo en cuanto a usuarios, con 456 millones de usuarios activos y 195 millones de pago, un incremento histórico que Spotify busca repetir para terminar el año (Spotify, 2022). Yubeili considera que en esta plataforma se vive una competencia muy difícil para los artistas ya que son muchas las canciones que se suben al día, pero también ve esta plataforma como “algo increíble porque la gente está decidiendo exactamente que quiere escuchar” (1Y\_01/06/2022, 26). Yubeili también destaca que plataformas como Spotify ayudaron a romper el monopolio televisivo de promoción de artistas (1Y\_01/06/2022, 26)

También tenemos está el caso de Soundcloud. Esa Mi Pau menciona que hay sectores de la sociedad mexicana, principalmente de comunidades marginadas del Estado de México, que comenzaron a seguir a artistas del reguetón desde que estaban en plataformas digitales hasta su éxito, este es el caso de Bad Bunny y Soundcloud (2P\_26/05/2022, 60). Soundcloud es una empresa alemana con sede en Berlín, fue fundada en el 2007. (Crunchbase, 2022) y aunque no logra impugnar el liderazgo de Spotify, Apple Music o Youtube, algunos informes la posicionan entre las DSPs más grandes a nivel global (Curry, 2023), aunque se mantiene como la plataforma más utilizada por artistas noveles.

Finalmente tenemos el caso de la red social china TikTok. Ésta es una red social fundada por la compañía de tecnología en internet ByteDance de Pekín en 2016, y su producto principal es una aplicación de descarga gratuita para telefonía móvil, en la cual la gente sube y visualiza videos cortos de diferentes temáticas, así como videos en vivo. Esta aplicación cuenta con múltiples opciones para editar los videos que el usuario planea subir, entre estas opciones está la de agregar canciones. Así, gran parte del contenido de TikTok son “vídeos musicales o, a veces, montajes con playback, pero también vídeos cómicos con filtros, duetos

entre usuarios, challenges y un sinfín de combinaciones más, de efecto inmediato e instantáneo” (Bastero, 2023). En 2020 y 2021 la humanidad enfrentó una pandemia por el virus SARS-Co-V-2, circunstancia en la que numerosos artistas aprovecharon el confinamiento para potenciar su imagen mediante TikTok. Un caso de estos fue el de la cantante de reguetón mexicana Kimberly Loaiza, la cual estableció en 2021 un récord mundial en dicha red de usuarios conectados para un “en vivo”. La temática de este “en vivo” fue para promocionar su sencillo *Mejor Sola*, transmisión que “estableció un nuevo récord mundial de más de 470 mil usuarios simultáneos, superando a artistas de talla mundial como The Weekend, J Balvin y Justin Bieber” (TikTok, 2021). Otro caso llamativo de éxito en TikTok del reguetón mexicano fue el de la cantante Bellakath, la cual cuenta con 2.7 millones de seguidores, más de 33 millones de “me gusta”, su video más visto “alcanzó los 6.9 millones de reproducciones se puede observar a Bellakath unos segundos antes de salir al escenario en una de sus presentaciones” (Gómez, 2023).

### **3.1.6 La dimensión festiva del reguetón**

Otro factor que trascendió al expandirse el reguetón mundialmente impactando favorablemente en la cultura popular mexicana es su dimensión festiva, según se reporta en las entrevistas. Paulina considera que las fiestas callejeras del *dancehall* llamadas *Sound Systems* son muy similares a los sonideros de la Ciudad de México (2P\_26/05/2022, 58). Los *Sound Systems* surgieron en Jamaica a mediados del Siglo XX, eran fiestas de los barrios de Kingston, las cuales eran musicalizadas por camiones que se ponían en la calle con bocinas (Regga FR, 2008). Por su parte, los sonideros de la Ciudad de México son grandes fiestas que se popularizaron en los años 90s en barrios populares (López Cano, 2015). En estas, regularmente se cierra la vialidad a los autos para realizar la fiesta. Siguiendo con la misma fuente, en estos espacios el DJ (neologismo proveniente de la expresión anglófona Disc Jockey) o el MC (neologismo de la expresión anglófona Master of Ceremonies) suele grabar algunos fragmentos con su voz que después mezcla con la música, en otros casos se improvisa y los fragmentos se

dicen en vivo, estos fragmentos mencionan cosas para ambientar la fiesta, o bien indicaciones de la misma, normalmente se hace con una voz robótica. Como se verá en el siguiente apartado, la figura del DJ es especialmente relevante para el desarrollo y difusión del reguetón en México. Según el estudio referido, gran parte de la esencia de los sonideros mexicanos es combinar sonidos tradicionales con música moderna, así por ejemplo combinan cantos de mariachi con música electrónica. La música tradicional que utilizan es la guaracha, la salsa y la cumbia, se puede bailar de forma tradicional o simplemente la gente “brinca, mueve las piernas, y tambalea los brazos”. (López Cano, 2015

### **3.2 Factores relacionados con la carrera de los artistas entrevistados**

Al examinar la trayectoria de quienes participan de la difusión del reguetón en el país, es interesante notar en primer lugar que antes de la popularización de este fenómeno musical a nivel nacional (2000 al 2010), muchos de sus futuros difusores se encontraban en espacios no estrictamente vinculados a la creación musical. En las presentes entrevistas existen diversos casos que detallaremos a continuación, uno de ellos es el de Yubeili en la televisión mexicana, otro es el de Paulina en la radio, y otro más el de MuchaOnda en la formación académica.

Como nos manifestó Yubeili, este no empezó su exposición como artista en el reguetón, ni siquiera la comenzó en el mundo de la música (1Y\_01/06/2022, 22) sino en el de la televisión, concretamente en Televisa participando en telenovelas y teleseries. Este artista considera además que en estas épocas (década de los 90, 2000 y anteriores) el desarrollo artístico se daba en este monopolio específicamente (1Y\_01/06/2022, 26). Su opinión se ve confirmada por otros casos de artistas musicales que incursionaron primeramente en la actuación dentro de las producciones de TELEVISA. Tal es el caso de Yuri la cuál participó en la novela *Norma* en el año de 1979, cuando tenía 15 años; otro caso es el de Thalía, la cual participó en la telenovela *La pobre señorita Limantour* en 1987 cuando tenía 16 años (Vilchez, 2021). Otro caso todavía más llamativo es el de Danna Paola, la cual debutó en el mundo de las telenovelas cuando tenía 4 años

en *Rayito de Luz* (Vilchez, 2021). En todos los casos, los intérpretes mencionados anteriormente están vinculados con el pop en los inicios de su carrera, sucede lo mismo con el caso de Yubeili. La diferencia es que las carreras de Yubeili y Danna Paola, en parte por una cuestión generacional, terminaron en la música urbana e incidentalmente en el propio reguetón.

Por otra parte, tenemos que la radio también actuó como una plataforma de lanzamiento de quienes incursionarían en el género. Este es el trayecto de Esa Mi Pau, quien iniciaría colocando música en la estación 90.9 (2P\_26/05/2022, 6), la profesión de colocar música en la radio también se conoce como Radio DJ el cuál mezcla canciones y comenta noticias sobre el entorno musical, este tipo de DJ's trabajan con "productores y directores de programa y de la estación de radio, director musical y artistas" (Promoción musical, 2021), la música que colocaba en esta estación Paulina no era propiamente reguetón sino *global bass*. (2P\_26/05/2022, 6). Esa Mi Pau recuerda a la banda Sonido Changorama como una de las primeras sonoridades de la música urbana en radio, sin llegar a ser propiamente reguetón (2P\_26/05/2022, 10). La banda Sonido Changorama es un conjunto musical que mezcla la cumbia, la guaracha y la electrónica, utilizan el güiro que un instrumento bastante conocido en la música caribeña (Chilango, 2012). Dicha banda también hace crítica política, "su primer track fue en el 2009 con la Cumbia del Informe, con un alucine de video y unos sampleos de varios fragmentos de discursos de diputados mexicanos, todos con una crítica social" (Chicompañó, 2021).

Esa Mi Pau recalca que a pesar de que el reguetón no iba con la línea editorial de Radio Ibero 90.9 los encargados de la estación se percataron de que este género que Paulina empezó a colocar al aire podía tener éxito. Paulina destacó en un *dj set* que hizo para el programa Aire Libre en la estación 105.3 de FM, en donde tocó cosas diferentes al reguetón, esta presentación le permitió entrar al programa el Cumbiodromo, del que a la larga sería conductora. (2P\_26/05/2022, 40). El Cumbiodromo es un programa que se transmite quincenalmente por la estación Aire Libre, con una duración de dos horas, bajo la conducción de Danny

Mutamasick. En el programa se difunden diferentes tipos de cumbia, además se realizan entrevistas a gente relacionada con dicho género. (Aire Libre, 2022).

No sólo la televisión y la radio actuarían como canteras para quienes se dedicarían profesionalmente al reguetón, sino también las propias universidades. Otro caso llamativo en las entrevistas sobre carreras de promotores de reguetón con formación en ambientes distintos al reguetón es el de el *dj* Mucha Onda, el cual cuenta con una formación académica en comunicación por parte de la FES Acatlán de la UNAM (3MO\_15/06/2022, 2). La formación académica le hizo involucrarse en un proyecto semestral en el cuál cubría periodísticamente fiestas y festivales de gran calado como EDC, Ceremonia, NRMAL y Vive Latino (3MO\_15/06/2022, 2). Estos festivales, de los cuales a continuación se señalan sus orígenes, sirvieron como puentes que llevaron a MuchaOnda a ser un *dj* y promotor del reguetón.

El festival Ceremonia tiene como géneros principales a la electrónica, el rap y el hip hop. La primera edición del festival surgió en el 2013, su idea original era llevarlo a cabo en un lugar paradisíaco de áreas verdes como el Parque Ecológico de Xochimilco, pero por dificultades con los permisos se tuvo que realizar en el Centro Dinámico Pegaso en Toluca. A este festival han asistido bandas y artistas como Animal Collective, Justice, Purity Ring entre otros (Tielve, 2019). Por su parte, el festival NRMAL nació en Monterrey en el 2009. El evento consiste en diferentes conciertos de música alternativa en los cuales se les da oportunidad de participar a bandas internacionales que nunca habían tocado en México, así como bandas locales. En el año de 2014 el festival se trasladó a la Ciudad de México. Algunas bandas que han participado son Death, Slow, Swans Grimes o DIIV, entre muchas otras. (Camargo, 2019). Finalmente, el conocido festival Vive Latino nació como un festival rock en español, ska y reggae de artistas latinoamericanos, llevándose a cabo desde 1998 en el Foro Sol. Actualmente, en esta cita tienen una gran cabida de artistas de música urbana y regional, siendo algunos de los que han participado son Calle 13, La Maldita Vecindad, Los Tigres del Norte, entre otros. (Ayala, 2019). Otro caso relevante de promotores de reguetón en festivales es el de Sugar Mami, la cual recibió la invitación para tocar en el *Electronic Diesel Control* (EDC), que es

un festival de gran escala que no se especializa en reguetón sino en música electrónica (4SM\_21/06/2022, 24), cabe destacar que esta actuación en el EDC, Sugar Mami no la hizo con el colectivo Perreo Millennial sino con un proyecto alterno llamado Army of Skanks constituido por ella y Cepillo Cuevas en que combinan la música electrónica con perreo hentai el cual tiene sonidos kawaii de la cultura japonesa (Rodríguez, 2021)

Otros dos foros internacionales que han dado importante cobertura al reguetón mexicano, son el Flow Fest y el Primavera Sound. El primero de estos es considerado el festival de música urbana más grande del mundo y se lleva a cabo en la Ciudad de México desde 2017 en el Autódromo Hermanos Rodríguez. En su primera edición, se presentaron reguetoneros como “Zion y Lennox , Nicky Jam y Daddy Yankee congregaron a 50,000, demostrando que los ritmos urbanos cuentan con muchos seguidores en la ciudad” (Sánchez, 2019). Para Sugar Mami el Flow Fest (4SM\_21/06/2022, 46) hoy ha superado a otros festivales, siendo así que en sus últimas ediciones los boletos para este se agotaron “minutos después de su salida a la venta”, esto es, mucho más rápido que los boletos del Vive Latino. Algunos reguetoneros mexicanos que han participado en el Flow Fest son Pipe Cruz en 2018 (Los 40, 2018) Uzielito Mix en 2019 (Marvin, 2019) y Junior H en 2021 (Claro, 2021), entre otros. En cuanto al Primavera Sound, fue fundado como festival en 2001 en Barcelona, y alberga diferentes géneros, como la electrónica, el rock el pop y la música urbana. Se considera que su principal llamativo es que da cabida tanto a músicos consolidados como independientes (Kiplin, 2020). En la edición 2019 llevada a cabo en México, se incluyó a artistas locales del género como Uzielito Mix, al colectivo Perreo Millennial y a la colombiana naturalizada mexicana Rosa Pistola (Olán, 2019).

En otra línea, al examinar la trayectoria de los entrevistados afloran los primeros espacios de difusión de esta propuesta musical. Según se infiere de las transcripciones, los espacios para consumir reguetón en México empezaron a ser aceptados, aproximadamente, en la década de 2010. Uno de ellos fue el antro El Bronx de la

Colonia Roma de la Ciudad de México, el cuál sirvió para que dos promotores del reguetón como MuchaOnda y Sugar Mami se conocieran y empezaran a colaborar en proyectos de reguetón, esto fue dentro de un perreo en el que se encontraba Pablito Mix. (3MO\_15/06/2022, 10). El Bronx nació como un antro para bailar y escuchar música neoyorkina urbana como el rap, el hip hop y el reggae, con el paso de los años se incluyó al reguetón, toda su decoración está relacionada con los barrios populares de Nueva York, incluso se puede encontrar un retrato enorme de Tupac Amaru Shakur (MX City Guía Insider, 2016).

A pesar de que en la década del 2010 ya existían bares y antros de reguetón, la aceptación de dicho género en antros grandes tardó en llegar, un ejemplo de esto fue el antro Rhodesia, el cual - nos menciona Sugar Mami- no permitía que ella y su colectivo rentaran el lugar para fiestas de reguetón. Sin embargo, pasados los años fue la misma organización del antro la que los buscó para que tocaran (4SM\_21/06/2022, 22). Rhodesia es un antro de la Ciudad de México que se encuentra cerca de la Glorieta de la Cibeles en la Alcaldía Cuauhtémoc, su principal temática musical es el pop rock y el dance, este antro es selectivo en la gente que entra ya que sus cadeneros deciden quién pasa, dependiendo del evento varían los precios de entrada y de consumo de alcohol, regularmente cuenta con un *dj* para ambientar la fiesta (Chávez, 2017).

La preparación para realizar una fiesta -que involucra la búsqueda de espacios- puede ser fundamental para que un artista y más concretamente un *dj* se dé a conocer en el mundo del reguetón. Esta sería la experiencia Esa Mi Pau quien organizó la primera fiesta *Fish and Chips* junto con gente de 90.9. En esta ocasión, su estreno como DJs se hizo por necesidad económica, pues al no poder pagarle a un *dj* ella aprendió unas semanas antes de la fiesta. Este evento se realizó en el British Council, la temática no era propiamente reguetón sino música británica (2P\_26/05/2022, 10). El British Council es un instituto de cultura del Reino Unido, de carácter público, en sus objetivos más importantes está la difusión de la lengua inglesa y la cultura de Inglaterra, su sede principal está en Londres, pero cuentan



con sedes alternas en más de países incluidos México, Cuba, Venezuela y Estados Unidos, entre muchos otros (British Council, 2020). Si se piensa con detenimiento, nada menos previsible para un evento de reguetón que una institución de esta naturaleza, pero así han sido los derroteros sorprendentes del género en la capital del país. A partir de esa experiencia, a Esa Mi Pau se le abrieron nuevos espacios para fungir de *DJ* en fiestas, aún y cuando en dichas fiestas el reguetón no fuera el principal género. Este es el caso de su participación en las fiestas del conocido Hotel Virreyes en el centro histórico de la ciudad, el cuál hacía eventos para estación Rock 101 (2P\_26/05/2022, 10). Este espacio, si bien fue un hotel de lujo a mediados del Siglo XX, el daño económico que generó el temblor de 1985 al Centro Histórico hizo que este hotel entrara en quiebra, siendo recuperado en el 2003 por la Fundación Centro Histórico como un espacio “para la residencia de jóvenes artistas que generen y promuevan la vida cultural, a los cuales se les ofrece el hospedaje mensual” (Méndez, 2009). En el *loby* del hotel se realizan tocadas y diferentes eventos culturales.

Ya para la década del 2010 se empiezan a constituir eventos con temática específica de reguetón. Un ejemplo es la primera fiesta que organizaron Mucha Onda y Sugar Mami en el Blow Bar de la calle Niza 40 de la Zona Rosa (3MO\_15/06/2022, 10). El Blow Bar, también conocido como Foro Niza 40 es un antro gay y lésbico el cual cuenta con varios pisos y uno específico de reguetón, tiene una decoración futurista, también cuenta con una zona llama *hot room* en la cual se sitúa la gente que está buscando contactos sexuales (Bruciaga, 2020). Queda como una hipótesis a precisar por futuras investigaciones qué importancia específica tuvieron las demandas de las audiencias de la diversidad sexual en la proliferación de las fiestas de temática reguetonera.

De la mano de los eventos y fiestas, emerge el rol que han tenido en la familiarización del público mexicano con el reguetón y también a la difusión de propuestas locales, las empresas de organización de eventos. Concretamente este es el caso de Perreo Millennial en sus inicios. También es el caso de del programa Viernes de Perreo, el cuál al ser aceptado por la audiencia en radio recibió la invitación para

convertirse en fiesta, concretamente en el Bajo Circuito (2P\_26/05/2022, 6), o en su nombre formal: Multiforo Urbano Bajo Circuito, que es un foro cultural que se encuentra en un desnivel bajo el puente del Circuito Interior en la colonia Condesa de la Ciudad de México y cuenta con un aforo de 250 personas sentadas y 450 de pie (Gobierno de México, 2020). La aceptación del público de estas fiestas permitió la posterior fusión de Viernes de Perreo con Perreo Millennial, estos vínculos de público y artistas son reflejo de la naturalización y aceptación del reguetón en el país.

En el marco de estas festividades, el público mexicano se fue familiarizando con el género en cuestión, pero también se formaron nuevas propuestas de reguetón local mediante las mezclas que se improvisaban. Un ejemplo de esto es el trabajo realizado por Esa Mi Pau que combinó el reguetón con el *global bass* (2P\_26/05/2022, 6), también en las fiestas de Perreo Millennial con el British Council donde se combinó el reguetón con música británica (2P\_26/05/2022, 10). Aunque el asunto de las nuevas mezclas también proliferó en los espacios radiales, tales como las cumbias combinadas con *dembow* del Cumbiodromo (2P\_26/05/2022, 40); o bien la mezcla de reguetón con *trap* y *global bass* de Mucha Onda en Radio Ibero (3MO\_15/06/2022, 4). Esta familiarización del público mexicano con el reguetón impulsada en parte por la radio y las fiestas, también va acompañada de vínculos iniciáticos entre los músicos, productores y diferentes actores que participan en la realización del reguetón. Algunos casos llamativos son el contacto que Esa Mi Pau tuvo con el sello musical Tropicool para tocar en el Bajo Circuito (2P\_26/05/2022, 6); los contactos que sostuvieron los Ghetto Kids con el productor Toy Selectah antes de firmar con grandes disqueras (2P\_26/05/2022, 14); o los nexos entre referidos managers y productores under mexicanos con la gente de Perreo Millennial para promocionar a sus artistas (2P\_26/05/2022, 32).

Otro aspecto interesante en cómo se fue tejiendo el reguetón en la trayectoria de las personas entrevistadas, es su incursión como *DJ's*. La función del *DJ* surge de la música disco en la década de los 70 y 80, esta música fue influida por diferentes

géneros entre los que se encuentran el mambo y la salsa que son géneros cercanos al reguetón, así como otros géneros como el *funk*, el *motown* y el *soul*. Los *DJ'S* o “remezcladores” surgieron como productores que querían extender las canciones de la música disco mediante el *remix*, que es una reedición de “canciones existentes usando máquinas de cinta de carrete a carrete. Sus versiones remezcladas agregarían pausas de percusión, nuevas secciones y nuevos sonidos” (Howell, 2021). Algunos de los *DJ'S* que se posicionaron en los inicios de la música disco son Tom Moulton, David Mancuso o Nicky Siano (Howell, 2021). Es importante mencionar que las primeras discotecas fueron formadas por *DJ'S* de clubes nocturnos de Estados Unidos los cuales usaron “varios tocadiscos para mezclar a la perfección pistas de géneros como soul, funk y música pop en las discotecas, creando el precursor de estilos posteriores como el hip-hop y el house” (Howell, 2021). Después el ser *dj* se extendió a otros géneros y a la música en vivo.

Los *DJ's* en México han pasado de solo poder tocar ciertos géneros musicales distintos al reguetón a ser una pieza clave en la difusión de este género a lo largo del país. Un caso llamativo es el de Esa Mi Pau, la cual, en los *DJ set* del Cumbiodromo, primero tuvo que colocar cumbiatones hasta que le quitaron las restricciones, para después convertirse en una de las principales promotoras del reguetón nacional (2P\_26/05/2022, 40). El cumbiatón es una combinación entre cumbia y reguetón surgida en la década del 2000, artistas de este género son los Kumbia Kings, A.B. Quintanilla III, o Bellakath, sus letras suelen ser menos explícitas que las del reguetón y su baile se acerca más al de la cumbia que al perreo (Ramírez, 2022).

Otro caso de artista mexicano que con su trabajo como DJ logró posicionarse a escala nacional fue MuchaOnda, el cuál pasó de reportero de conciertos y festivales a DJ de reguetón en el proyecto Perreo Millennial (3MO\_15/06/2022, 2). MuchaOnda también ha promovido mediante la radio a otros DJ's y proyectos. Un caso llamativo es la promoción que le hizo al disco Mundo del grupo femenino Mula, el

cuál presentó en Ibero 90.9. En la obra, se mezcla el reguetón con el *dubset*, el *syth top* y el *drum n´ bass* (Muchaonda, 2020<sup>21</sup>)

Hoy la figura del *DJ* ha crecido al grado de potenciar el reguetón mexicano a nivel internacional. Este es el caso de Yubeili, el cuál combinó su reguetón regional con el reguetón cumbiero del artista argentino L-Gante. (1Y\_01/06/2022, 18). Yubeili y L-Gante, realizaron la colaboración *Vivimos como Capos* en 2021, la cual tiene más de 15 millones de vistas en YouTube (MDB Crew, 2021). Pero además esta figura nos demuestra que hoy la participación de los y las *DJ's* mexicanos en el reguetón no se limita únicamente a promover dicho género en el país, sino que muchos de ellos son creadores de nuevas propuestas de reguetón nacional.

Yubeili empezó su carrera como *DJ* en la secundaria, donde reproducía reguetón de J Álvarez, J Balvin o Plan B (1Y\_01/06/2022, 6). Después de su paso por la actuación y la música pop, al regresar a la música urbana comenzó a realizar un reguetón que combina con el corrido mexicano, para realizar este tipo de reguetón Yubeili fue inspirado por el rapero mexicano Natanael Cano (1Y\_01/06/2022, 20). El corrido mexicano es un género surgido a principios del Siglo XIX, ganó mucha popularidad por la Revolución Mexicana ya que sus letras narraban aventuras de sus revolucionarios y sus líderes, actualmente siguen narrando anécdotas de individuos. (Thornton, 2018), algunos instrumentos característicos del corrido son la guitarra, la guitarra de golpe, la vihuela, la trompeta, el violín, el guitarrón mexicano, la armónica, el arpa, el acordeón y el bajo sexto. (Preguntas Principales, 2022). La idea de incorporar esta música como parte de obras de reguetón sin duda le aportó un sello muy original a las producciones de esta naturaleza realizadas en el país, diferenciándola del reguetón colombiano que había triunfado en los ámbitos hispanohablantes.

Con la popularización del reguetón a nivel nacional y el perfilamiento de propuestas musicales autóctonas dada la madurez de sus promotores, comienza a existir un interés por parte de agentes de peso en la industria del reguetón a escala

---

<sup>21</sup> Esta es una reseña del disco del entrevistado en la página de Ibero 90.9, no tiene relación directa con la entrevista.

internacional. Un caso llamativo en los entrevistados es nuevamente el de Yubeili, a quien contactaría el productor puertorriqueño Emil Blanco para combinar el reguetón regional mexicano de corridos y hip hop con música urbana de otros artistas como Omar Montes de España, Pacho Antifeika de Puerto Rico o el Chulo de Cuba (1Y\_01/06/2022, 12). Una de las canciones de Yubeili con los artistas mencionados anteriormente es *Bendecidos*, la cual fue realizada en 2021 y cuenta con más de 500mil vistas en YouTube (Canal de Yubeili, 2021)

### 3.3 Valores atribuidos al reguetón como género

Una cuestión recurrente en la información recopilada son los valores positivos que las personas atribuyen a la manifestación musical que analizamos. En este sentido una primera idea gira en torno al empoderamiento femenino que ha propiciado a diferencia de otras manifestaciones sociales y culturales en las cuáles esto lo tendrían más prohibido. A continuación, se mencionan algunos factores de empoderamiento femenino en el reguetón que mencionaron nuestros entrevistados.

Para Esa Mi Pau, instituciones como la Iglesia Católica, imponen a las personas valores estéticos que permiten a los hombres vivir su sexualidad de manera más abierta que las mujeres. Desde su punto de vista el reguetón permite que las mujeres pueden gozar más de su sexualidad. (2P\_26/05/2022, 22). Para Carolina Rodrigues (2012, 45) el reguetón significa para las mujeres un acceso al derecho del placer, en un contexto de una sociedad patriarcal donde hay múltiples normas misóginas naturalizadas, “lo interesante es cómo el reggaetón permite, de cierta forma, una transgresión de las normas” (Rodrigues, 2012, 43)

Sobre el empoderamiento que pueden llegar a adquirir las mujeres con el reguetón, MuchaOnda lo ve como un valor agregado que se da por el “perreo” ya que en este acto se tiene la libertad de decidir cómo usar el cuerpo (3MO\_15/06/2022, 48). Se ha planteado que la concepción histórica del cuerpo cambió con la entrada de la modernidad, antes de ésta los cuerpos se percibían como un todo del

cosmos, pero con la entrada del individualismo occidental se empezó a percibir como una entidad propia y separada de los otros cuerpos, en donde los cuerpos que más valor tienen son los de los hombres blancos (Rodríguez, 2012, 59). En este sentido, el perreo funciona como un baile que permite a las mujeres expresar sentimientos y emociones, lo cual en otros espacios tienen más reprimidos. Funciona además como un medio para la atracción sexual. En resumen, se considera que a través de este baile “el control del cuerpo y la libertad de utilizarlo de ciertas formas, y por otro lado, un canal abierto de comunicación, exponiendo feminidad, pensamientos feministas, tensiones entre los sexos, creando así tanto desafíos como alternativas” (Rodríguez, 2012, 63).

Por otra parte, se menciona la importancia del reguetón en la promoción de nuevos valores éticos que retan a los valores conservadores. De hecho, se apunta que esta es una de las razones por la que el reguetón tardó en ser aceptado. Esa Mi Pau considera que el discurso social entorno a la sexualidad, sensualidad y líricas del reguetón ha cambiado ya que ahora es más aceptado en México, esto a raíz de la década del 2000 (2P\_26/05/2022, 22). Parte de este discurso social en México al que se refiere Paulina estuvo permeado por valores conservadores. Los valores conservadores en América Latina están latentes en la cultura en gran parte por la influencia de la Iglesia Católica ya que “ha sido precisamente la Iglesia católica una de las instituciones que mayor énfasis ha puesto en su política sexual, política que parte de una concepción negativa de la sexualidad: el sexo-pecado, el sexo-reproducción, la negación del placer, la culpa asociada a la sexualidad, han signado las conciencias y las vidas de millones de personas, sobre todo de las mujeres” (Mejía, 2003, 47)

En este sentido otro valor ético que podríamos considerar que se opone al conservadurismo, es el goce del disfrute de una fiesta. Para Mucha Onda gran parte del gusto por el reguetón en México se debe a que la esencia del reguetón es la fiesta y el baile, que es algo que se tiene muy naturalizado en nuestra cultura, además de que en estas fiestas el goce de la sexualidad inclusive en sus formas no-heteronormativas- aparece como algo también natural (3MO\_15/06/2022, 38).

La fiesta en América Latina tiene una larga tradición que viene desde la etapa precolonial, en ella interactúan tradiciones y costumbres que se contraponen a la cultura conservadora, es un “espacio para la transmisión de tradiciones ancestrales y como fenómeno unificador y preservador de la comunidad. En un encuentro entre el tiempo histórico y el tiempo mítico, las comunidades reviven la fuerza de sus raíces y confirman su identidad.” (Macías, 2008, 18)

En otra línea, se señala como un valor específico del reguetón el haber dinamizado el sector de la música independiente en el país, algo que parecería contradictorio con el hecho de que hablamos de un género insertado de pleno en el mainstream de la música comercial global. La música independiente son las producciones que son autogestionadas por sus autores, compositores o intérpretes, también “se considera bajo esta categoría, asumiendo el significado extendido del término “independiente”, a las obras producidas por sellos musicales pequeños o microsellos nacionales, cuyos dueños –productores o incluso músicos– cuentan con sus propios recursos para financiarlos” (Lamacchia 2017, 110). Para Esa Mi Pau existe una industria independiente del reguetón en México ya que la distribución, la creación y la inversión para dicho género la hacen los propios artistas, en muchas ocasiones en sus casas (2P\_26/05/2022, 14).

MuchaOnda coincide con Esa Mi Pau en que “el hecho de ser independiente se refiere específicamente a tú cómo haces tú proceso de creación y de distribución, o sea si tú eres *DJ Pepito* o *Pepito Flow* y tú haces tu música independiente, tú en tu estudio lo produces y tú con tu propio equipo de marketing lo distribuyes” (3MO\_15/06/2022, 12). Algunas tareas que toman las grandes disqueras al convertir a los artistas de independientes en artistas de música comercial son la gestión de eventos, imagen, prensa, la producción de la música, que se concreta a través de equipos especializados donde intervienen empresarios, personal de relaciones públicas, músicos y profesionales del espectáculo (Pereira, 2008, 64). Significativamente, Sugar Mami define al reguetón de la música independiente como *reguetón under* y destaca que *Perreo Millennial* en parte funciona como un

medio para la promoción de artistas que hacen este tipo de música y que por lo mismo no han alcanzado mucha popularidad (4SM\_21/06/2022, 32)

Asimismo, resulta interesante como se destaca que el nuevo género urbano es una palanca para el trabajo colaborativo entre profesionales de la música. Por ejemplo, Yubeili menciona que pudo realizar una colaboración con el cantante argentino El Noba en la que combinaron reguetón cumbiero de Argentina con reguetón de corridos de México (1Y\_01/06/2022, 16). Otro ejemplo de trabajo colaborativo nos lo da Esa Mi Pau cuando menciona que parte de la cultura de los géneros urbanos consiste en pasar tiempo componiendo en un estudio, y en el reguetón “igual que en la cultura del urbano tienes al MC que rapea, tienes al *DJ*, hay *DJ*'s que producen y otros no, son equipos de exponenciados, o sea que Balvin no empezó con un equipo de 50 carnales” (2P\_26/05/2022, 46). Es de destacar que los requerimientos de infraestructura de los estudios de grabación han cambiado sustancialmente a lo largo de la historia, siendo que en su surgimiento en el entorno de la Primera Guerra Mundial se alojaron en los inmuebles de emisión de las radiodifusoras para grabar a cantantes u orquestas que transmitieran en vivo, posteriormente mudándose en los 50s a instalaciones específicas con mejores condiciones acústicas se empezaron a utilizar por su acústica para grabar discos, y viviendo en la década de los 80 otra gran transformación a raíz de la tecnología digital que ha permitido crear inclusive estudios domésticos (Milán, 2017). Dada esta evolución, es todavía más llamativo que en la época en que los estudios y la grabación se tornan más privados, géneros como el reguetón reviven las necesidades colaborativas de la creación y producción artística.

Por último, en este apartado señalamos la opinión sobre cómo el fenómeno musical analizado ha supuesto un medio de superación y “aceleración” en la formación profesional de artistas musicales. MuchaOnda considera que la digitalización de la música ayudó al reguetón ya que este tiene un ritmo más acelerado de creación y consumo que otros géneros, también menciona que la digitalización permitió que los artistas de reguetón sacaran canciones de forma muy constante, a diferencia de los artistas de otros géneros que acostumbraban a sacar un disco cada 3 o 4



años (3MO\_15/06/2022, 22). En 2022 Spotify registró un promedio de 23 mil canciones subidas al día, este es un promedio general, no es únicamente de reguetón (Hernández, 2022) El mismo MuchaOnda considera que el reguetón funciona además como un ámbito aspiracional. Desde su punto de vista, esto genera también de que desde la opinión pública se etiquete de presumidos a los artistas de reguetón por hablar en canciones de su riqueza (3MO\_15/06/2022, 46). Pero independientemente de ello, lo cierto es que la dedicación profesional al reguetón se convierte en un medio de generación de ingresos monetarios para sus cultores. Se estima que un músico en México gana entre \$5554 a \$24353 en promedio al mes (Mi Salario, 2023)

### **3.4 Factores relacionados con el diseño del reguetón mexicano**

Es importante señalar que las audiencias de reguetón no se limitan al consumo de obras internacionales, por ello se van desarrollando propuestas locales que complejizan la demanda y a las mismas audiencias. En el caso de México, hasta antes de que se popularizaran algunas figuras como Kenia Os o Uzielito Mix, se consumía reguetón internacional en un plano de figuras *mainstream* ya que no existía una mexicana, sin embargo, a inicios del presente siglo en los barrios limítrofes del Estado de México y la Ciudad de México ya se comenzaban a crear reguetones mexicanos mediante *DJ's* que mezclaban en antros o fiestas (2P\_26/05/2022, 52)

Si bien se debe tener en cuenta que el reguetón no es únicamente un género diseñado en un estudio, sino también un fenómeno que avala o desaprueba la sociedad, es posible rastrear ciertas características del diseño del reguetón mexicano como un producto asimilable por una sociedad específica. En este sentido, destacamos procesos como la adopción del carácter descarnado de las líricas del reguetón internacional, la fusión con géneros ya muy consolidados en la escena urbana del país, la introducción de modismos locales, referentes culturales generales o de la “cultura de barrio”, y una atenta consideración lírica a las características idiosincráticas de la psicología social mexicana. A continuación, hablamos de cada uno de estos aspectos que se reflejaron en las entrevistas.

Sobre el primer aspecto, Esa Mi Pau menciona que las primeras líricas del reguetón internacional suelen ser sumamente explícitas, debido a que estaban más relacionadas con los barrios que con los sonidos comerciales, para ella curiosamente el joven reguetón mexicano está afrontando la misma crítica que el reguetón caribeño en sus inicios por carácter explícito. (2P\_26/05/2022, 14). Algunas críticas que enfrentó el reguetón caribeño fueron la acusación de cosificar a las mujeres con su lenguaje sexual, o la de portar mensajes y sonoridades básicas. La investigadora Ariadna Estévez (2017) considera que este tipo de críticas tienen una amplia carga de racismo y clasismo ya que se enfoca en aspectos identitarios de los barrios populares de países caribeños. Resulta interesante que para Sugar Mami las letras explícitas del reguetón están relacionadas fundamentalmente con la libertad (4SM\_21/06/2022, 58), lo cual explicaría su éxito en el contexto mexicano desde otra óptica.

Otro aspecto a tomar en cuenta para entender cómo emerge un producto musical que empieza a generar audiencias, es el hecho de que el reguetón mexicano se construyó en parte gracias a la combinación de géneros de la música urbana que ya tenían popularidad en México. El caso de Yubeili es significativo, pues él menciona que los géneros que lo formaron musicalmente cuando era *DJ* en la secundaria fueron el rap y el hip hop, ritmos que incorporó en sus colaboraciones con otros artistas internacionales del género (1Y\_01/06/2022, 6). Otro género que Yubeili destaca en su formación como músico es el del corrido, concretamente del cantante Vicente Fernández (1Y\_01/06/2022, 14), propuesta musical que también reciclaría en sus canciones urbanas. En el caso del rap como género precursor del reguetón, es de destacar que existen numerosos artistas del ramo como Daddy Yankee que se formaron con este género para después pasar a consolidarse en el reguetón. Algunas colaboraciones entre raperos y reguetoneros que se han dado son las de Drake con Bad Bunny, Wisin y Yandel con 50 Cent, o Snoop Dog con el mismo Daddy Yankee (Coca, 2022)

Además, en la construcción del reguetón nacional se debe destacar su vinculación con los modismos locales de la cultura. Para Esa Mi Pau gran parte de la cultura mexicana abanderada las fiestas como algo muy importante y pasional de su vida, al ser la fiesta una de las características esenciales del reguetón esto pudo disponer a las audiencias para su aceptación (2P\_26/05/2022, 12). Para MuchaOnda los barrios populares suelen aceptar el reguetón porque hace referencia a su cultura, para él un reguetón cercano al barrio es el cumbiatón, tal como el de Bellakath que habla de consumo de alcohol (licuachelas) o de lugares como el bar Dolls Drinks de Tepito (3MO\_15/06/2022, 44). Sobre la importancia de incorporar símbolos y terminología local en el reguetón mexicana, también insiste Yubeili quien argumenta que gracias a eso fue reconocido como un artista con una propuesta propia al colaborar con reguetoneros internacionales.

Teniendo en cuenta que el reguetón mexicano tiene ciertas características particulares, no se puede desestimar que es también un producto diseñado para audiencias globales, es decir audiencias distintas a las de México. Como caso notorio tenemos la colaboración de Yubeili con el cantante argentino L-Gante, con la canción *Vivimos como capos* que combina los corridos con reguetón argentino y la cumbia. De esta forma, la pieza logra que tanto las sonoridades argentinas como mexicanas se escuchen en países distintos a los de origen, en este caso las sonoridades de Yubeili llegan a Argentina y las de L-Gante a México (1Y\_01/06/2022, 18).

Desde el punto de vista de Esa Mi Pau existen varias similitudes fundamentales entre las sociedades caribeñas que consumen reguetón y la cultura mexicana, estas facilitan su ampliación y su consumo en México. Algunas de las que señala son el gusto por la fiesta, la tendencia a romper las prohibiciones o el coqueteo, si bien en México “no tenemos bares de playa, no tenemos malecones aquí en la Ciudad de México, tenemos pulquerías, tenemos las mezcalerías, tenemos bares, tenemos las casas de nuestros amigos, nos gusta salir a bailar” (2P\_26/05/2022, 14), incorporar esto -según la entrevistada- facilita que reguetón nacional tenga

trascendencia también a nivel global porque alude a referentes que tienen paralelo en otros contextos.

El diseño del reguetón mexicano sería inconcebible sin el influjo de una serie de figuras internacionales que lo impulsaron, según lo mencionan varias personas entrevistadas. Tenemos por ejemplo el caso del puertorriqueño Emil Blanco, productor que acercó a Yubeili a artistas internacionales como C-Kan, Omar Montes, Pancho el Atifeka, y El Chulo (1Y\_01/06/2022, 12). C-Kan es un rapero y reguetonero mexicano que comenzó su carrera en la primera década del 2000, es decir cuando el reguetón apenas estaba pegando en el Caribe. En 2012 con el lanzamiento de su álbum *Voy por el sueño de muchos* finalmente saltó a la fama obteniendo el puesto número uno de ventas en iTunes México (Montoya, 2019). Por otro lado, Omar Montes es un reguetonero español nacido en 1988 de raíces árabes ya que su padre es iraquí. Después de pasar un tiempo en la televisión como Yubeili, en 2015 comenzó su carrera y actualmente es uno de los mayores representantes de este género algunas de sus canciones más destacadas son *Alcao*, *Sola* o *La Rubia* (Lecturas, 2022). Por su parte Pancho El Antifeka es un reguetonero puertorriqueño nacido en 1981 que tuvo gran pegada en el mundo de la música debido a un dúo que hizo con Cirilo algunas de sus canciones más destacadas son *No te veo*, o *Como Soy*. Antes de saltar a la fama estuvo preso por poseer marihuana y pastillas de percocet, después de salir de la cárcel decidió enfocar su vida a la música como un acto de superación. (Buena Música, 2021). Por último, El Chulo es un reguetonero cubano nacido en 1990, cuando emigró a Miami también estuvo preso por disparar a un oficial, después de cumplir su condena como El Antifeka encontró en el estudio una salida para regenerarse. Ha participado con artistas de gran renombre como Jacob Forever o El Dany, y algunos de sus éxitos más importantes son *Que muestra eres tú*, o *Te estoy explicando* los cuales fueron certificados como categoría de oro (González, 2023)

Otro ejemplo de agentes internacionales que impulsaron al reguetón en México es el de la cantante chilena Mariel Mariel la cuál llegó a tocar en el antro El Bronx a

principios de la década del 2010, cuando el reguetón no tenía muchos espacios para su difusión en México (4SM\_21/06/2022, 14, 16). Mariel Mariel es una reguetonera que nació en Chile, donde estudió un tiempo música, pero por acoso sexual tuvo que salir del país para radicarse ocho años en México, en donde pudo continuar con éxito su carrera musical. Tiempo después al recibir el Premio Pulsar en 2018 en Chile por el disco *Foto pa ti*, protestó por la denuncia ignorada en su Universidad. Su sencillo más reconocido es *Y va a caer*, del cual se hizo un videoclip en el que participan migrantes colombianos y venezolanos (Genias, 2019). Como es posible apreciar, con su obra la artista internacional no sólo visibilizó la escena mexicana como tierra fértil para el desarrollo del género, sino como un contexto musical under que dota a las canciones de mayor contenido de denuncia.

Relacionado con lo anterior, un aspecto que se considera importante abordar en la presente tesis es la dimensión que tiene el reguetón nacional como movimiento independiente, sin dejar de tener en cuenta que la industria tiene un accionar importante sobre el mismo. Esta circunstancia -que sea un género que localmente todavía no ha sido capturado por las *majors* del negocio musical- sin dudas ha permitido el florecimiento de propuestas musicales *sui géneris*. Sobre este punto, es obligado destacar la importancia de un productor que se ha desempeñado como agente fundamental de los artistas independientes del género: Toy Selectha. En las entrevistas se señala que este productor colaboró con artistas independientes como Ghetto Kids en el inicio de su carrera (2P\_26/05/2022, 14), aportándoles una perspectiva que les permitiera ganar mayor audiencia y el reconocimiento de las instancias de más renombre en el terreno musical. Los Ghetto Kids es un trío musical mexicano del género urbano que fue creado en el 2012 en la Ciudad de México. Su popularidad llegó con la canción *Coqueta* la cuál fue nominada al Grammy Latino como la mejor canción urbana. Otros éxitos de la banda son *Tra Tra Tra*, *Comerte Toda*, o *Muévelo*, a partir de los cuáles son considerados como los líderes del *perreo mexa* (Montoya, 2020). Se considera que los Ghetto Kids son la única excepción en el reguetón mexicano que ha logrado trascender a

niveles internacionales, al tiempo que se avizora que Charlie Gynn pueda lograr lo mismo en los próximos años (4SM\_21/06/2022, 40)

Otro ejemplo del reguetón mexicano como movimiento independiente que permite la aparición de obras con un marcado contenido artístico es el espacio que se les ha dado a los artistas en crecimiento en el programa radial Perreo Millennial. En este tipo de espacios se encuentran “encuentras joyas, encuentras artistas y propuestas con mucho talento y con mucha propuesta, que vienen de aquí de tu país, pues creemos que también el algo que se debe de conocer” (2P\_26/05/2022, 20).

Sin embargo, para Esa Mi Pau la industria del reguetón mexicano no ha acabado de madurar por su origen independiente, y justo por ello es que no han llegado a suceder *crossovers* como los del rock. (2P\_26/05/2022, 60). Parte de la maduración o el crecimiento de las diferentes industrias culturales depende de la demanda que exista hacia la industria (Avilés-Ochoa y Canizalez-Ramírez, 2015). En este sentido podemos pensar que la industria y la demanda del reguetón mexicano es aún muy joven comparada con el reguetón caribeño. No obstante, como ya se comentó esta circunstancia tiene también ventajas para el trabajo artístico, al tiempo que nos permite avizorar una tensión que no siempre se identifica al tratar el tema de la música independiente: esta también conlleva cierto soporte industrial tal y como lo exigen tareas como las de producción y difusión, sólo que en este caso tales requerimientos son acometidos por instancias locales no dependientes de los mecanismos de la gran industria musical global.

El andamiaje de mecanismos de la industria musical mexicana incluye a abogados que elaboren los contratos, managers, agencias de music management, empresas distribuidoras, equipos de relaciones públicas, compañías discográficas y especialmente sus departamentos de Artists and Repertoire (A&R), productores, escritores, entre otros. En esencia: cuando los y las entrevistadas hablan del reguetón mexicano como música independiente lo que denotan que no es un

fenómeno creado por la gran industria musical global, pero al mismo tiempo reconocen -especialmente Yubeili- que obtener éxito con las audiencias habría sido impensable sin cierto apoyo de la industria musical local, pero sobre todo con una gran cuota de audacia por parte de los artistas. Este creador comentó por ejemplo que tuvo que aprender a manejar sus relaciones con los abogados ya que en un inicio era estafado por este tipo de actores de la industria (1Y\_01/06/2022, 30).<sup>22</sup>

En la investigación pudimos observar que, si bien el reguetón local tiene características de un movimiento independiente (autonomía para el trabajo artístico potenciado por apoyos de la industria musical local, poca presencia de sus artistas en medios internacionales), también tiene una cualidad indisociable de la gran industria, esto por el peso que esta última tiene sobre los artistas y sus procesos de difusión de música. Un aspecto en el que podemos notar el peso que tiene la gran industria sobre las propuestas locales nos lo comenta Esa Mi Pau, cuando alude que en sus inicios en el Cumbiodromo tuvo que sacrificar propuestas de reguetón local más complejos porque le solicitaron difundiera piezas más afines con los gustos ya consolidados, esto es, proyectos del Dembow combinados con cumbia (2P\_26/05/2022, 40)<sup>23</sup> o cuando en la emisora 90.9 le solicitaron que cambiara su programación a *global bass* en lugar de reguetón (2P\_26/05/2022, 6).

Por otra parte, se nos manifestó que la gran industria de la música no tiene un interés particular en generar los suficientes espacios para el crecimiento de los artistas *under*. Para Mucha Onda hasta la actualidad Perreo Millennial sigue siendo el único programa de radio especializado en reguetón que incluye propuestas de reguetón local independiente (3MO\_15/06/2022, 24), lo más cercano al programa de Perreo Millennial es el programa Reggaetón Top Latino de la estación I Heart

---

<sup>22</sup> Existen abogados especializados en la industria de la música, se conocen como abogados de negocios de música o de entretenimiento, entre sus tareas está revisar “los asuntos legales de su cliente, incluyendo la gestión y el asesoramiento sobre asuntos de marcas comerciales y derechos de autor, así como la redacción y negociación de todos los contratos relacionados con la industria” (Promoción musical, 2018)

<sup>23</sup> El *dembow* se define en la presente tesis en el apartado 1.3 El Reguetón como género musical.

Radio donde se difunden la música de artistas latinos del género sin embargo no son artistas under sino consolidados a nivel global (Reggaetón Top Latino, 2023)

La misma fuente indica que desde su punto de vista los festivales de mayor aforo -otro espacio gestionado por la gran industria musical- no benefician casi a artistas mexicanos en crecimiento (3MO\_15/06/2022, 24). Sólo de forma excepcional y esporádica artistas locales del género han logrado tener presencia en estos espacios, apelando a realizar su trabajo de modo gratuito o procurando colaboraciones con artistas internacionales,<sup>24</sup> con el fin de alcanzar visibilidad en la escena musical del país e internacional. Los festivales de música son una gran vitrina para todo tipo de artista, ya que asisten turistas nacionales e internacionales para escuchar a sus artistas favoritos y conocer nuevos. La competencia entre los artistas en estos eventos es tan feroz que el lugar en el que aparece el nombre del artista o banda del cartel de promoción del evento es peleado e incluso pagado. Por ejemplo “una banda que aparece en la tercera línea del cartel de Coachella tiene muchas más oportunidades que una que se encuentra en la quinta línea (Páez, 2020). Siguiendo esta misma referencia, se sabe que los artistas en estos eventos además de tener la posibilidad de ampliar sus seguidores son observados por promotores, patrocinadores y disqueras.

En suma, gran parte del reguetón mexicano sigue siendo independiente porque sus espacios de difusión son todavía reducidos, al tiempo que es atendido por una industria local que le apoya en el trabajo creativo y de distribución, con lo cual consiguen disputar ciertos espacios a las *majors*. Como colofón se puede concluir

---

<sup>24</sup> Este es el caso de Yubeili que mediante colaboraciones internacionales como con la de L-Gante ha logrado participar en festivales como Tecate Para el Norte (1Y\_01/06/2022: 18). Otro caso que se identificó en las entrevistas de reguetoneros *unders* que lograron participar en grandes festivales fueron los de Kinder Malo, Ms Nina, La Fabi y Pimp Flaco. Estos empezaron en el primer aniversario de Perreo Millennial para después poder participar en festivales como el Flow Fest y Ceremonia (3MO\_15/06/2022: 10).



que las dificultades que presenta la industria musical -global y local- sobre los artistas independientes hacen que el crecimiento de estos sea más lento.

Otro aspecto directamente relacionado con las características de las audiencias y que influye en la forma que ha ido tomando el reguetón nacional es el carácter segmentado de estas. La difusión del reguetón en México se ha dado mediante un proceso segmentado, por un lado, están las audiencias de los sectores económicamente medios o altos que suelen consumir reguetón “fresa” o “reguetón comercial”, mientras por el otro están las audiencias populares o de barrio que tienden a consumir “reguetón under” o “reguetón chacalón”, como lo refieren las personas entrevistadas.

En este sentido Esa Mi Pau considera que a la gente que le gusta el reguetón *mainstream* o “fresa” generalmente siguen a artistas como J Balvin, Karol G, o el Guaynaa. En cuanto al sector que Esa Mi Pau ubica que prefiere el reguetón *under*, este resulta el público cumbiero. Además la entrevistada reconoce otro sector al que llama alternativo donde se encuentran los *centennials*, a los cuales les gusta el reguetón combinado con el rock de artistas como Coco Cecé. (2P\_26/05/2022, 56). Mucha Onda también ha notado este proceso segmentado, específicamente cuando refiere que en fiestas *mainstream* conviene tocar canciones de J Balvin, Maluma, Bad Bunny, o Karol G; mientras que en un ambiente como el de los bares de Tepito se suelen tocar reguetones más alternativos, locales o cumbiatones (3MO\_15/06/2022, 42). En resumen, es posible inferir que los artistas locales han diseñado sus propuestas para sectores populares atendiendo a sus preferencias musicales. En la falta de irradiación que pueden tener estas propuestas hacia otros segmentos debemos considerar que pueden intervenir déficits de calidad, dado que la realización del reguetón *under* se da en estudios locales, la mayoría de estos son casas -realidad que ha pasado a nutrir cierto estereotipo de la música urbana-; a diferencia de otros artistas de la escena comercial que cuentan con mucho mayor soporte técnico, artístico y comercial (2P\_26/05/2022, 46).

En varias entrevistas pudimos notar algunos desafíos que tiene el reguetón mexicano *under* para consolidarse a una escala nacional e incluso internacional, entre estos retos están el crear más unidad, superar lo que muchos identifican como “malinchismo”, el que termine de marudar la industria independiente y captar más el potencial de la cultura de barrio.

En el caso de Yubeili considera que al reguetón nacional “le hace falta es honestidad, le hace falta más exponentes y le hace falta unión *brother*, lo hemos hablado mucho, lo he hablado con Uzielito Mix, he hablado con los Guetto Kids, con el Malilla, todos han pasado por acá y son compas eh, tenemos que dejar de ser celosos con nuestro trabajo” (1Y\_01/06/2022, 46). En esta línea su juicio coincide con el de Sugar Mami quien también declara que en la escena del reguetón nacional existe una falta de compañerismo entre las producciones *under*. Para Esa Mi Pau un reto importante que tiene la industria del reguetón nacional, es que los diferentes agentes que participan en esta industria terminen de amalgamarse con la industria de la cumbia que es un género muy identitario de México. (2P\_26/05/2022, 60). En cuanto a Mucha Onda, considera que una tarea a realizar que tiene el reguetón independiente en México es que tanto medios, como promotores y plataformas pongan más atención en este género, para que se conozcan talentos a un mayor nivel y no solo sea una industria de entretenimiento en fiestas (3MO\_15/06/2022, 36).

### **3.5 Estrategias para incrementar las audiencias**

Ante la ya comentada escasez de medios de difusión, los y las agentes de la escena del reguetón también desarrollan múltiples estrategias. Desde las cuestiones más actuales como potenciar la interacción con el público a través de las redes sociales

hasta las clásicas colaboraciones con personalidades ya consolidadas del género, los y las cultivadores del reguetón en México nos revelan un variado abanico de acciones para abrirse un lugar en el escenario musical actual.

Una de las estrategias que de forma recurrente aparece en pasajes de las entrevistas, es la de aprovechar oportunidades menos relevantes desde el punto de vista comercial para difundir este tipo de música. En este sentido destacan programas radiales de menor audiencia o directamente espacios no pertenecientes a la industria musical sino a la industria festiva, tales como fiestas y bares.

Un ejemplo de fiestas como espacios que han encontrado los artistas de reguetón mexicano ante las pocas oportunidades que otorga la industrias son las fiestas de Niza 40 mencionada por Sugar Mami, las cuales tuvieron la presencia de artistas como Yelram de Tijuana o 01800 Perreo de Torreón, entre otros. (4SM\_21/06/2022, 18). También otros creadores como Baxter, Tizano y David Hernández tuvieron que empezar a colocar la música primeramente en fiestas (2P\_26/05/2022, 10). Los *DJs* Crisis e Ivy Queen comenzaron su trayectoria tocando en el antro El Kaos de Aragón hace aproximadamente hace 20 años, esto es, mucho antes de lograr colocarse en un Flow Fest. (2P\_26/05/2022, 52). Por su parte, Mucha Onda también encontró espacios reducidos para difundir reguetón mexicano en la radio, aprovechando que trabajaba en una estación universitaria (Ibero 90.9), que no tiene tantos intereses comerciales sino una perspectiva más cultural (3MO\_15/06/2022, 18). El mismo Mucha Onda considera que los espacios de fiestas son detonadores para los artistas de reguetón y que estos eventos datan de aproximadamente 5 años de antigüedad en la Ciudad de México (3MO\_15/06/2022, 26).

Asimismo, las fusiones de diferentes géneros son cada vez más utilizadas por los artistas de reguetón local que se miran en el espejo de los internacionales. Ejemplo de ello es Yubeili quien menciona a Bad Bunny y Anuel como artistas que están utilizando géneros distintos al reguetón para sus producciones (1Y\_01/06/2022, 6). Otra mención de la fusión de géneros mencionada por Sugar Mami (4SM\_21/06/2022,

48) hace referencia a que en la actualidad los reguetoneros se están fusionando con la música disco y tecno, como ejemplo de esto menciona a la canción *Todo de Ti* de Rauw Alejandro. Mirando ya fronteras hacia dentro, un caso muy próximo de este tipo de multigénero es el de la cantante Danna Paola y éxitos como *Mala Fama*, *Agüita*, *Oye Pablo* o *Sodio* que combinan el reguetón con el pop.

En este punto nos es prudente mencionar que estos multigéneros se dan en parte gracias a las hibridaciones culturales y, específicamente, musical (combinación de géneros musicales). Aunque en términos generales no existe una cultura de estado puro, en el caso de la música contemporánea (como el reguetón) este tiene un grado más profundo de hibridación debido a “las mejoras comunicativas y tecnológicas que provocan la hibridación (y globalización) cultural. Ya que, sin puntos de encuentro, la mezcla no es posible, aunque siempre haya existido aun siendo mínimas sus proporciones” (Gómez, 2022)

En otra línea, hoy los artistas e intérpretes del reguetón para sobresalir deben aprender a desarrollar todas las áreas del negocio musical desde la creación, la grabación, relaciones públicas, la promoción, hasta la distribución. A la vez deben tener un equipo que les apoye en cada una de estas fases. Yubeili menciona los eventos de promoción como un área de negocio que desconocen los artistas en el inicio de su carrera (1Y\_01/06/2022, 32), pero que resulta crucial aprender. Menciona también otras áreas del negocio como dominar los medios grabación para presentarle música a las disqueras (1Y\_01/06/2022, 38). El mismo Yubeili menciona que otro trabajo importante es el manejo de las cuentas redes sociales para promocionar su figura, tarea delegada a equipos de colaboradores (1Y\_01/06/2022, 40). Todavía más importante en la escalera del éxito es contratar empresas de marketing especializadas en gestionar el *branding* del artista, que se podría definir como el conjunto de mensajes que identifiquen al artista, así como las estrategias comunicativas más eficientes para trasmitirlas a su público objetivo, de manera tal que esta marca pueda contribuir a generar valor de forma sostenible a su obra en un entorno altamente competitivo (Monserrate, 2021) En el país tenemos el caso de la cantante de reguetón mexicana Danna Paola, la cuál

trabajaba hasta 2021 con la empresa Icon Management, misma que maneja artistas como Morat, Sebastián Yatra y Aitana (Puga, 2021)

Otra estrategia para aumentar las audiencias identificada en las entrevistas es hacer que el algoritmo de las plataformas como Spotify muestre el contenido musical de los artistas en la página principal de dicha plataforma de *streaming* o bien en las playlists de moda de la misma. Para lograr esto quienes no poseen recursos para pagar un mejor posicionamiento, deben promover su perfil subiendo canciones constantemente, según Mucha Onda (3MO\_15/06/2022, 22). Esta modalidad ha sido especialmente bien utilizada por los reguetoneros latinos en general.

Muy relacionado con lo anterior, quienes se dedican al género han tenido que familiarizarse con las plataformas de distribución que les sirven para dar a conocer su música. En este aspecto se hacen notar las jerarquías impuestas por la industria global de la música, ya que ésta se fija más en unas plataformas que en otras. Como ejemplo de esto Yubeili identifica (1Y\_01/06/2022, 34) a *CD Baby* y *Distrokid* como plataformas en las que el artista principiante puede subir su música, sin embargo, esto no le representa los mismos beneficios que estar posicionado en una playlist de los editores de Spotify. Específicamente en esta plataforma existen tres tipos de playlist: las personalizadas (creadas para el usuario), las de oyentes (creadas por el usuario) y las de editoriales (creadas por la empresa); estas últimas son a las que se refiere Yubeili, funcionan con un equipo editorial en el cuál se encuentran especialistas de diferentes géneros musicales que trabajan desde diferentes parte del mundo y son ayudados por un sistema de algoritmos que les sugiere *playlists* para que ellos las aprueben o modifiquen, también monitorean los resultados de las mismas. (Digital Surves, 2019)

Pero además de las plataformas de streaming, los artistas de reguetón suelen usar sus redes sociales de diferentes maneras, una de ellas funciona compartiendo un discurso de su vida cotidiana u opiniones en el que las audiencias se reflejan. Un caso significativo de estos discursos que se comparten en redes sociales es mencionado por Yubeili (1Y\_01/06/2022, 42) al afirmar que redes sociales como Instagram y TikTok no funcionan directamente para vender música sino para que

la gente conozca la personalidad de los artistas y se identifique con ellos. El propio Yubeili al inicio de su carrera, tuvo que empezar a desarrollar sus relaciones mediante Instagram, y por esta vía llegó incluso a interactuar con artistas internacionales con quienes llegaría a colaborar. (1Y\_01/06/2022, 48). Si bien las colaboraciones entre artistas no son algo nuevo, hoy tienen mayor relevancia que en otras épocas como estrategia para ganar audiencias. La importancia de las colaboraciones al día de hoy está en parte en llegar a otros públicos distintos al de base del artista, esta redefinición de estrategia de los artistas también pasa porque lanzar un disco o realizar una gira en ocasiones deja menos dinero que una colaboración, llegan a existir casos en que los artistas se animan a realizar una colaboración por crecimiento artístico, parte fundamental de las colaboraciones va también de combinar dos géneros distintos, es decir dos artistas que se identifican con estilos diferentes (Moral, 2017) Cada vez es más común encontrar canciones de dos o más artistas, incluso ha surgido el término *featuring* con el que el público medio se encuentra totalmente familiarizado y que deriva del verbo “to feature”, que al castellano se traduce como colaboración (Sánchez, 2022)

Además de la diversificación de tareas que deben aprender a realizar los artistas en las áreas de negocios y el aprovechamiento de las posibilidades creadas por las redes sociales, los reguetoneros locales han recurrido a tres tipos fundamentales de promotores: organizadores de eventos, locutores de radios y *DJ's*. Un apoyo a los reguetoneros locales lo ha dado Esa Mi Pau en su faceta como locutora de radio, ella menciona que los *managers* de diferentes reguetoneros *unders* se comunican con ella, principalmente vía Instagram para promocionar sus proyectos (2P\_26/05/2022, 32). En cuanto a los criterios que utilizan en la radio de Perreo Millennial, Mucha Onda señala que su único criterio es darles espacio a artistas *under* no sólo de México sino también internacionales. Sugar Mami menciona que, en un inicio en el programa, tanto ella como Mucha Onda en un par de ocasiones tuvieron indicaciones de los directivos radiales para no colocar cierto tipo de reguetón al aire, principalmente reguetón de España ya que este es muy explícito, sin embargo, después pudieron contar con total libertad para colocar reguetón y hablar sobre el mismo. (4SM\_21/06/2022, 38).

Perreo Millennial también impulsa artistas *unders* mediante sus eventos, como sus fiestas de aniversarios. Esto sirve para que dichos artistas puedan colocarse en plataformas más importantes. Mucha Onda considera que como colectivo tienen “un oído importante o sea porque ponemos artistas que no están en el radar de México, los ponemos en el mapa y a partir de eso otras promotoras se dan cuenta que están chidos y los jalan a sus eventos” (3MO\_15/06/2022, 10)

Otra estrategia de promoción que notamos en las entrevistas es identificar nichos no cooptados por el reguetón comercial. Uno de estos casos lo identificamos cuando Esa Mi Pau menciona que no es de su interés tener un programa en grandes emisoras de radio ya que estas tienen un corte específico de reguetón, es decir un tipo de reguetón que colocan al aire, a diferencia de Perreo Millennial que funciona como un espacio para dar a conocer a los artistas *under* (2P\_26/05/2022, 34). Otra mención importante es la que hace Esa Mi Pau al referirse a antros tanto para reguetón “fresa” -regularmente locales más grandes de la Ciudad de México- mientras que en otros espacios más locales se escucha reguetón independiente mexicano y otras vertientes de reguetón locales (2P\_26/05/2022, 36)

Los artistas *under* además han encontrado formas de participación para promocionar su música e imagen en cierto tipo de eventos, incluso sin recibir un pago a cambio. Por supuesto que estos eventos son diferentes a los grandes festivales ya comentados. Sugar Mami (4SM\_21/06/2022, 30), considera que esto se debe a que la gente de la industria que se encarga de este tipo de mega eventos no es gente joven, principalmente la gente de Ocesa (esta última es una empresa organizadora y promotora de conciertos fundada en 1990 por el macro empresario Alejandro Soberon Kuri (Cobo, 2020), la compañía organiza hasta la actualidad conciertos, festivales y otro tipo de eventos en vivo, desde la década de los 90 fue la primera empresa en traer con frecuencia a artistas de la talla de Paul McCartney, Madonna y Santana (Lanert, 1994)), caso contrario a los conciertos son eventos como las fiestas de Perreo Millennial.

Como conclusión de este capítulo, en el epígrafe 3.1 notamos que existen diferentes factores que fueron predisponiendo a las audiencias mexicanas hacia el reguetón, tales como los géneros de base y la popularidad del reguetón caribeño, también existen choques culturales del movimiento reguetonero que se trasladaron a las letras del reguetón caribeño, tales como la represión del Estado y la sexualidad, que influyeron en las audiencias mexicanas, también la dimensión festiva mexicana hizo juego para que el reguetón se populariza en nuestro país.

En el epígrafe 3.2 es notorio que cuando empezaron a surgir los difusores de reguetón en nuestro país la ola internacional de este género ya había generado figuras que ocupaban un espacio de atención significativo del público mexicano, lo cual dificultaba el ascenso de dichos difusores, hoy al menos existen los programas de radio de Perreo Millennial, las fiestas de *DJ's* donde se toca reguetón nacional, artistas como Bellakath que muestran el reguetón mexicano y festivales como el Flow Fest.

Existen ciertos valores que sirvieron como oposición a la naturalización y aceptación del reguetón en nuestro país, el epígrafe 3.3 nos muestra que muchos de ellos fueron promovidos desde décadas atrás por grupos sociales como la Iglesia Católica que permearon a la sociedad mexicana, existen valores dentro de la cultura del reguetón como la libertad del cuerpo en el perreo, la soltura en las fiestas y los espacios que se crearon a través del trabajo colaborativo, que tardaron en crecer debido a que el discurso social estaba muy permeado por valores conservadores.

En cuanto al diseño del reguetón nacional mencionado en el epígrafe 3.4 concluimos que la influencia del reguetón internacional en México se dio en gran parte gracias a sus letras, así como la fusión de sus géneros, esta influencia se fue combinando con los modismos locales mexicanos, el diseño del reguetón nacional se fue dando mediante un movimiento independiente que afectó a diferentes segmentos de la sociedad.

En el epígrafe 3.5 notamos que las dificultades económicas hacen a los artistas en muchos momentos de su carrera preferir entrar a programas radiales sin tanta audiencia con tal de poder mostrar un poco su música, los artistas *unders* tienen que recurrir a bares o antros como Niza 40 para darse a conocer o recibir paga.



También concluimos que cada vez más géneros se combinan con el reguetón, sin embargo, el estudio musical no es el único espacio que un artista debe conocer para desarrollar una carrera exitosa, sino también otras áreas de negocio como las redes sociales o de *streaming*. Se nota también que existen nichos de mercados no coptados por el reguetón comercial que fueron apoyados por organizadores de eventos, radio locutores y *DJ's*.

## Conclusiones

En las presentes conclusiones quisieron primeramente abordar la siguiente pregunta:

¿Hasta qué punto el reguetón se ha separado de sus orígenes? Esta es una pregunta que es importante para la presente investigación ya que gran parte de los alcances de la misma se centran en la industria musical, la cual suele apoderarse y transformar de forma abrupta fenómenos que vienen de las clases populares. Como primer acercamiento hacia esta pregunta señalaremos algunos fenómenos fundacionales del reguetón para compararlos con la actualidad del género.

Durante 1952 Puerto Rico se estableció como un “Estado Libre Asociado” de los Estados Unidos, entre otros pretextos para promover la armonía racial, sin embargo, Samponaro (2009: 493-497) afirma que esto solo hizo que la marginalización racial aumentara, ya que la proyección que se le daba a Puerto Rico tanto de la administración local como del Estado Estadounidense enfocaron el desarrollo de este país en una identidad aspiracional “blanca”, que segregaba a los afrodescendientes. Con el correr de las décadas y con la entrada del reguetón a Puerto Rico, fueron los mismos afros y pobres que protestaban mediante el reguetón ante las dificultades que había en el país caribeño como se mencionó en el apartado *La Explosión del Reguetón en Puerto Rico*. Sin embargo, en la actualidad el reguetón como lo afirma Marieugenia Carmona (2023) ha transitado a un fenómeno de “blanquitud” en donde los estereotipos de belleza que no favorecen a la población afrodescendiente son tomados e impulsados por la industria, y los mensajes de protesta contra la opresión cada vez resultan menos comunes. Así, la negritud inicial del género:

“fue denostada como inaceptable en virtud de ser asociada con estereotipos y prejuicios que afectan a las comunidades negras. Se da un giro en su evolución y popularidad, cuando es conquistado por artistas blancos o artistas de tez negra clara, cuyos fenotipos se asocian más con el imaginario de lo europeo” (Cardona, 2023)

Samponaro menciona que alrededor del año 2004 (2009: 493- 497) los jóvenes puertorriqueños blancos que vivían a las afueras de San Juan rechazaban el reguetón a partir de criterios racistas y clasistas, al tiempo que se inclinaban a consumir otros géneros muy relacionados con la cultura estadounidense como el rock, el punk o el grunge. También -señala el mismo autor- deben tenerse en cuenta que el reguetón puertorriqueño en sus inicios adoptó una actitud desafiante hacia ciertas normas que existían en la isla, por ejemplo, simbólicamente Daddy Yankee usa el término “Yankee” como una especie de sarcasmo para invertir la imagen colonialista de Estados Unidos. Otro ejemplo es el de Tego Calderón el cual aborda temas de racismo, clasismo y represión sexual. Hoy, sin embargo, los valores del género se han modificado, así por ejemplo Esa Mi Pau (2P\_26/05/2022, 56) existen clases “fresas” (altas) que escuchan abiertamente reguetón, en antros caros de la Ciudad de México, este tipo de personas escuchan a artistas como J Balvin, Karol G, o el Guaynaa.

Mirando hacía estos fenómenos que presentan dos caras en nuestro género investigado, se debe tener en cuenta que el reguetón no es el único fenómeno que sufre un proceso de desclasamiento, existen otros fenómenos a los que les sucede lo mismo, incluso fenómenos ajenos a la música. De hecho, podemos concluir que el desclasamiento de los fenómenos de producción artística es un proceso necesario que tiene que atravesar cualquier género que se vuelve exitoso a nivel masivo o global, es decir cuando se convierte en cultura *mainstream* donde lo determinante no es ser fiel a un conjunto de valores identitarios sino tener una popularidad monetizable; o como lo afirma Frederic Martel (Martel, 2010: 179) "En una época de valores relativos, y cuando se considera que todos los juicios críticos son el resultado de prejuicios de clase, la popularidad que dan las ventas aparece como neutra y más fiable. Siempre se puede discutir sobre lo que es bueno o malo, pero con Nielsen SoundScan, Variety o Billboard no hay argumentos que valgan"

Pasando ahora a la comparación entre los casos estudiados, con la presente investigación se ha buscado contrastar el desarrollo de las audiencias, industrias y artistas

reguetoneros de Puerto Rico, Cuba y Miami con sus homólogos en México, tomando en cuenta las investigaciones de cada uno de los casos hemos llegado a varias conclusiones, a continuación, se expone cada caso comparándolo con México.

Identificamos varios factores en común que parecen haber predisuesto a las audiencias a consumir el reguetón. En los diferentes textos consultados en la presente tesis, encontramos que las líricas de reguetón están en todos los casos fuertemente marcadas por la sexualidad y el disfrute por la fiesta. En cuanto al consumo de drogas, más concretamente de *cannabis*, este tipo de letras son muy reconocibles en el caso de Puerto Rico, éstas en parte se transmitieron a estos países por la influencia del reggae y el reguetón jamiaquino. En ambos casos un aspecto interesante es la inclusión de la marihuana en las líricas, motivo que interpeló a sectores sociales habituados a su consumo. Sin embargo, en el caso boricua la utilización de este tipo de letras está marcada por el estigma que sufrían los consumidores por parte del gobierno y las clases altas, culpabilizados de la violencia y la delincuencia que existía en el país. Por ello, este tipo de consumo se tomó como una bandera que incomodaba a las élites, que en la primera oleada del reguetón caribeño utilizaron esto como una de las causas para prohibirlo. En el caso de México, como lo detallamos en el apartado correspondiente, la prohibición de la *cannabis* tiene una larga historia que data desde la colonia, sin embargo la mención a esta sustancia tanto en el reguetón internacional como en las canciones de artistas nacionales del género urbano, no desató la reacción de las élites políticas ni estrategias prohibicionistas por parte del Estado. En ambos casos el utilizar las letras sobre *cannabis* como estrategia de venta puede ser pensado como el concepto marketing *experiencial* de Perris (2014) mencionado en el primer capítulo que alude a tocar los sentimientos y pasiones de las personas, en este caso un sentimiento compartido por una sustancia.

Más allá, el Estado puertorriqueño no fue sólo prohibicionista sino abiertamente represivo hacia el movimiento *underground* del que nacería el reguetón. El accionar represivo del Estado Puertorriqueño se enfocó en diferentes actores y grupos, entre ellos los y las creadoras del *underground*. Por su parte, el Estado Mexicano en estos años también hacia gala de un accionar represivo, pero este se enfocó

mayormente en la oposición política. En esta época se asesinaron a diferentes líderes políticos que estaban en contra del gobierno, por ejemplo, se contabilizan 696 militantes del PRD asesinados en los gobiernos neoliberales mexicanos, así como otros grupos (Camacho, 2014). El análisis comparativo nos muestra que en México no se reprimió por parte del Estado ningún movimiento cultural musical cercano al reguetón, los intereses represivos fueron distintos, y paradójicamente la prohibición fue pieza fundamental para que el reguetón se popularizara en Puerto Rico.

Como se explicó en primer capítulo en lo referente al reguetón de Puerto Rico la radio fue fundamental para que se popularizara el reguetón en el país boricua, esto fue a finales de la década de los ochenta y en toda la década de los noventa, con esto identificamos que la industria musical influyó en los dos países, aunque de diferente manera. En el caso de México la difusión de los medios masivos en las décadas de los 80 y 90 estaban promoviendo el movimiento cultural “*rock en tu idioma*” el cual se caracteriza por el surgimiento de bandas de rock en español que buscaban darse un lugar ante las bandas inglesas y estadounidenses, de este fenómeno mexicano algunas de sus bandas principales fueron Caifanes, la Maldita Vecindad o los Hijos del Quinto Patio. Algunas estaciones de radio que ayudaron al crecimiento de este movimiento fueron Radioactivo 98.5, WFM 96.9 y Rock 101 (Cultura colectiva, 2017). La banda Caifanes, una de las principales de este movimiento, es mencionada por Esa Mi Pau como una banda representante del movimiento del rock que ocupaba un espacio de atención importante en el público mexicano de estratos bajos (2P\_26/05/2022, 16), esto muestra que parte importante del público mexicano de estratos bajos estaba consumiendo otro tipo de fenómenos distintos al reguetón o a sus géneros precursores. En cambio en Puerto Rico primero el *underground* y luego el reguetón tuvieron una gran conexión con los barrios populares de ese país durante esos años, en parte también por su crítica social y su apertura a lo sexual.

En el capítulo tres, en lo referente al reguetón puertorriqueño, mencionamos que el reguetón boricua triunfó en parte gracias a la aprobación internacional de varias

audiencias del extranjero y que una canción fundamental para el crecimiento del reguetón de ese país fue *La Gasolina* de Daddy Yankee. Como lo mencionamos en el capítulo referente a nuestro país, México fue uno de los países que más aprobó y consumió esta canción, por lo que concluimos que a pesar de que la primera oleada del reguetón no se originó en México, sí empezaba a ser consumida por las audiencias mexicanas en antros y bares como El Kaos o Niza 40. Así, la industrialización local del género fue un proceso posterior (finales de la década del 2000) a su consumo que sí arranca con la primera ola del reguetón donde primaron artistas de otras nacionalidades entre ellos los boricuas. En la actualidad ya están surgiendo figuras importantes mexicanas como Kenia Os, Big Metra o Uzielito Mix.

Otro aspecto para destacar del reguetón boricua en comparación con el reguetón mexicano es el tránsito de lo local a lo internacional que experimentó el reguetón boricua e los años 90, en contraste con la nula participación de propuestas mexicanas. El ascenso internacional del reguetón boricua se vincula a productores como Gustavo López que comenzaron a fungir como visorios del talento reguetonero en el país boricua, principalmente talento independiente al que le querían dar una exposición multinacional. Por su parte en México -como se expuso en el capítulo de la industria musical- las empresas de la industria musical mexicana entraron en una quiebra considerable con la expansión de la piratería con discos de formato MP3. En esta crisis, las industrias mexicanas no solamente no se expandieron, sino que no vislumbraron que el negocio del reguetón acompañado de la tecnología podía dejar millones de dólares en sus arcas, y prefirieron durante varios años seguir promocionando a artistas consolidados como Marco Antonio Solís o Los Tigres del Norte. Fue hasta la popularización de plataformas como iTunes o Napster, aproximadamente en el 2003, que la industria local se empezó a fijarse en el reguetón, pero para ese entonces la industria internacional de los casos estudiados en la presente tesis ya había escalado latitudes englobando a audiencias como las mexicanas.

En cuanto al reguetón cubano en perspectiva con el mexicano, podemos concluir que el rap fue un fenómeno que afectó a ambos países, pero con una cualidad confrontativa más marcada en el reguetón de la isla. Mientras que en Cuba el rap generó diferentes discusiones (como lo detallamos en el capítulo primero) entre raperos que se negaban a realizar reguetón y raperos que se unían a la primera oleada de este género; en México el rap también fue una piedra angular del reguetón, pero sin generar confrontación a lo interno del movimiento rapero que era mucho más amplio y norteamericanizado. Como se mencionó en el apartado sobre el reguetón en México, la combinación del rap con el reguetón mexicano se dio mediante el trap surgido en Atlanta y el rap clásico de los Estados Unidos que influyeron a músicos como Yubeili. Con esto podemos concluir que la cercanía política, espacial y social de México con Estados Unidos hizo que nuestro país asimilara el rap desde una lógica más estadounidense que no fomentó una discusión importante entre artistas sobre el fenómeno del reguetón considerado más bien de importancia marginal.

Aun así, el hip hop coincide como uno de los movimientos precursores del reguetón en México y en Cuba. Uno de sus géneros fundamentales es el rap, este último en el caso de Cuba fue primero prohibido por el Estado, para posteriormente ser difundido en medios por el mismo Estado originándose un crecimiento de este género que facilitaría que una parte de sus cultores optara por dedicarse al reguetón. Mientras que en el caso mexicano el hip hop se combinó mayormente con la cumbia, y sobre esta no hubo una prohibición estatal o gubernamental, sino una promoción por parte de la industria musical para traer a México a artistas colombianos del género, esta promoción de artistas colombianos por parte de la industria musical puede ser pensada como la estrategia de *marketing musical* de Perris (2014) mencionada en el primer capítulo. Esta promoción de la industria fue acompañada de la identidad y aprobación que le dieron los barrios populares de la Ciudad de México en el Siglo XX y explica en parte el retraso del desarrollo del género urbano en el país. En resumen, si bien en ambos países el movimiento del hip-hop y específicamente el rap incidieron en el desarrollo del reguetón, en Cuba este dependió del apoyo estatal al movimiento rapero, mientras que en México el

desarrollo de la cumbia estuvo potenciado por las industrias musicales que facilitaron su fusión con el rap en entornos como los sonideros, y sólo con el decursar del tiempo aparecieron derivas reguetoneras.

Otro punto donde se observan diferencias importantes entre la historia del reguetón en Cuba y México tiene que ver con la incidencia o no de las industrias culturales globales, y particularmente al papel de la música electrónica que sería impulsada en parte gracias a las empresas transnacionales alrededor del mundo. En Cuba por diferentes motivos políticos y sociales, como se expresó en el capítulo primero, las transnacionales de la industria musical no llegaron a este país por lo que los géneros que más se asentaron fueron de músicaailable afincada en los ritmos tradicionales. En el caso del reguetón, los géneros que se fusionaron para dar origen al reguetón cubano provinieron de similares matrices culturales, esto es, géneros caribeños como la *Soca* originada de Trinidad y Tobago y el *Dancehall* de Jamaica. De esta forma, el reguetón cubano nace sin una marcada influencia de las industrias culturales globales. En relación con México si bien la industria local tardó en asentarse, como se detalló en capítulo tres, la industria internacional tuvo un éxito importante en nuestro país, especialmente, en la segunda oleada del reguetón (a inicios de la década de 2010), cuando se comienza a difundir el reguetón colombiano que se caracteriza por una fuerte presencia de la música electrónica y la cumbia, géneros que ya se consumían en el país. Con esto concluimos que el reguetón no necesitó de la música electrónica para asentarse en Cuba, ya que ésta es un género más audiovisual queailable; mientras que, en el caso mexicano, el auge del consumo de reguetón se vincula al reguetón colombiano y a sus componentes de música electrónica y de otros géneros como la cumbia, fuertemente impulsados por las industrias musicales globales.

Otro punto que diferencia el caso cubano y el mexicano tiene que ver con la temporalidad de su desarrollo y los factores que catalizaron el surgimiento de artistas nacionales de este género. En la primera oleada del reguetón en Cuba (en los 90 y 2000) existieron diferentes grupos de creadores del reguetón, unos más aceptados que otros, estaban los reguetoneros *under* que tenían que promover su música en



casetes y vinilos informales, los reguetoneros oficialistas permitidos por la radio o instituciones del gobierno, y los reguetoneros timba, los más aceptados por críticos y creadores de la música tradicional cubana, que tocaban su música en vivo en lugares como salones. Por otro lado, en México para estos años ni siquiera existía un sector de creadores locales de reguetón, mientras el reguetón internacional era todavía rechazado por amplios sectores de la sociedad. No fue hasta que se empezaron a popularizar las plataformas de streaming, las p2p y las descargas de catálogo digital -como se vio en el segundo capítulo- que el consumo del reguetón internacional comienza a crecer en México, para después dar paso al crecimiento del reguetón local. En conclusión, en México se retardó el proceso local de creación del reguetón ya que el reguetón nacional necesitó de la digitalización de la música y la familiarización de las audiencias con las propuestas internacionales del género, para comenzar a crecer, entre otros factores.

Pasando ahora a la comparación con el caso de Miami, en el apartado correspondiente se mencionó que tanto la salsa como el merengue fueron géneros que brillaban en esta entidad hasta finales de la década de los 2000, los cuáles fueron reemplazados en importancia e interés de la industria por el reguetón. En esta época -como se mencionó en el tercer capítulo- empieza a crecer el Global Bass en México, el cuál es impulsado en parte gracias al internet, género que ayudó a popularizar el reguetón en nuestro país. Con esto concluimos que los géneros que dispusieron a las audiencias para la entrada del reguetón fueron diferentes entre Miami y México. Por otra parte, como dice el productor Gustavo López (2020) de Machete Music, en Los Ángeles y en Nueva York ya había un movimiento urbano musical latino, no propiamente reguetón, pero si cercano al mismo, siendo estas ciudades el origen de una migración importante de latinos a Miami que influyeron para que el reguetón se desarrollara antes en esta entidad. Este sería por ejemplo el caso mencionado del reguetonero Plátano. Así, las migraciones latinas de estas ciudades hacían Miami, otras ciudades de Estados Unidos o directamente hacia los países latinos y caribeños, trajo consigo una hibridación cultural que se plasmó en el desarrollo del reguetón en los destinos de recepción. En el caso de México

no recibió una migración tan marcada ya que este es un país más de tránsito que de destino.

La industria de la música urbana y concretamente del reguetón se comienza a asentar en Miami a mediados de la década del 2000 con productores como Gustavo López y con industrias musicales con Sony o Universal, si bien antes ya había un movimiento urbano cercano al reguetón de raperos como Plátano. En contraste, en México si bien existía, a mediados de los 2000, una gran captación del reguetón internacional, antes, en la década de los noventa, no existió un movimiento urbano como el de Miami, ni tampoco la industria en la década de los 2000 vislumbró un mercado para el desarrollo del reguetón en México. Es hasta finales de los 2000 que empieza a formarse un movimiento urbano mexicano cercano al reguetón en barrios periféricos del Estado de México y Ciudad de México, la industria se empieza a desarrollarse hasta la década del 2010.

Otro factor importante en el desarrollo de las audiencias de Miami y México es la atención de diferentes medios masivos de la industria hacia el reguetón. Como se señaló en la presente tesis los sellos discográficos de Miami desde la década del 2000 empezaron a promocionar a artistas, aunque su música fuera grabada en otras partes del mundo. Esto generó que disminuyera la atención mediática de la prensa de esta ciudad hacia géneros diferentes al reguetón. En el caso de las emisoras radiales éstas empezaron a notar que la única música que realmente vendía en grandes cantidades era el reguetón. Por su parte en México, por estos años los artistas como Yubeili o Danna Paola no encontraron otros espacios más que la actuación en monopolios como Televisa. Con el paso del tiempo, estas figuras ya conocidas, encontrarían espacios en la música pop, y sólo más tarde incursionarían en el reguetón. Por su parte, en cuanto a la radio mexicana hasta la fecha apuesta a la difusión de diferentes tipos de música sin priorizar claramente al reguetón. Existen aún muy pocos programas como Perreo Millennial que se encarguen de promover reguetón local. Con esto concluimos que la industria local mexicana está en un proceso de crecimiento, donde varios artistas están empezando a destacar, sin embargo, dicha industria no ha crecido tanto como para

que sus artistas reciban un foco mediático similar al de Miami. De hecho, en México un factor que ayudó al reguetón a crecer en sus audiencias no ha sido la atención mediática sino la aparición de los *Digital Services Providers*, mencionadas en el apartado de este país. Estas plataformas llegaron hasta finales de la primera década del Siglo XXI, cuando los reguetones de Miami ya estaban aceptados por sus audiencias y financiados por las industrias. Es notable que en Miami en inicio de la digitalización en internet de la música se combinó con otros factores como el ya existente movimiento urbano musical latino y la creciente industria, mientras en México la digitalización sirvió para que apenas se empezara a desarrollar la industria del reguetón.

Otro aspecto para destacar es el movimiento urbano musical que comenzó a asentarse en Miami desde los noventa, esto fue con el *krunkaio*, el *hip hop* neoyorkino, el *Miami Bass*, el freestyle, la salsa y el merengue. Todos estos géneros y estilos, algunos bailables y otros de la cultura rapera del hip hop, se trasladaron a Miami por migraciones de diferentes poblaciones latinas que abandonaron ciudades como Nueva York. De esta manera, si bien el reguetón tardó en popularizarse en Miami a comparación de Puerto Rico o Cuba ya existían géneros muy cercanos al reguetón en esa entidad. En cambio, en México, la cultura del hip hop proveniente de Estados Unidos e impulsada también por procesos migratorios, no fue masivamente absorbida por la población ni se acentó de manera contundente.

Existen varios fenómenos que ya se destacaban en Miami antes del asentamiento contundente de la industria en esta ciudad, uno de ellos es el éxito internacional del reguetón que le permitió a los raperos del *krunkaio* como Plátano o Pitbull pudieran grabar en esta ciudad duetos con artistas como Daddy Yankee o Voltio y relacionarse con productores como Jibba Jamz. En el caso de México los creadores de reguetón tuvieron que crecer en plataformas de internet, para después posicionarse en el mundo del reguetón. En este sentido, no tenían un entorno óptimo como los artistas de Miami para hacer colaboraciones o contactos con productores. Estos son los casos de reguetoneros mexicanos como Kenia Os, Dj Pantoja o Kimberly Loaiza que tuvieron que comenzar sus carreras de figuras

públicas en YouTube en canal de Badabun. Estos artistas crecieron en mundo de la música con sus nombres de *youtubers*, lo que puede ser pensado como la estrategia de *branden content* mencionada por Perris (2014) en las estrategias de la industria musical, la cuál se basa en construir marcas con contenidos con los que se identifique el público como los nombres de los artistas.

Otro factor determinante en el caso de Miami que ayudó a que posteriormente se desarrollara la industria en esta entidad fueron las fiestas Baja Panties, surgidas en los años 90 cuando se empieza a generar el movimiento del *krunkaio* en esta ciudad, organizadas por dominicanos, cubanos, puertorriqueños, entre otras comunidades latinas, en donde se promocionaba el *krunkaio* y el reguetón, además de la salsa y el merengue. En el caso de México no fue hasta la década del 2010, (4SM\_21/06/2022, 14) que comienzan a existir tocaditas de DJ en antros como el Bronx cuando el reguetón empieza a tener más espacios de baile, y empiezan a surgir figuras como Pablito Mix.

Un detalle para destacar por parte de la industria de Miami es que rápidamente focalizaron e incorporaron el concepto de *música latina* para sus ventas, esto provocó que varias disqueras se empezaran a colocar en la ciudad, por lo que el reguetón de Miami pasó muy rápido de ser solamente underground a ser un género potenciado por la industria musical. En el caso de México el concepto de música latina no se incorporó por las disqueras hasta finales de la década del 2010 y se empezó a trabajar combinando el reguetón con los corridos y la cumbia. Este tipo de fusiones denotaba que la industria no tenía un interés específico, a pesar de que existían músicos como Yubeili o Bellakath que ya contaban con propuestas reguetoneras y habían trabajado en sus propias fusiones con otros géneros presentes en el entorno nacional.

Los diferentes casos estudiados nos hacen concluir que la migración latinoamericana lleva consigo un sinfín de tradiciones y costumbres en las que se encuentran las relaciones que tienen los individuos con la música, tanto como audiencias, así como creadores. Es por ello que los casos estudiados de Puerto Rico, Cuba y Miami conllevan consigo ciertas particularidades migratorias que ayudaron a

popularizar el reguetón en cada uno de los casos. Por supuesto que estas migraciones donde se encuentra la tradición musical están atravesadas por las macroempresas e individuos pertenecientes a la industria musical, cada industria actúa de forma distinta dependiendo las condiciones de la ciudad o país en las que se encuentren, algunas como las de Puerto Rico tuvieron que empezar a captar el talento *under* a pesar de la prohibición del Estado, en otros casos como el de México la industria no se interesó en el reguetón nacional por una falta de planeación hasta la década del 2010, eso influyó en que las audiencias mexicanas no tuvieran referentes como las de Cuba, Miami o Puerto Rico. Como líneas tentativas a investigar en un futuro consideramos que el reguetón de Panamá es un caso llamativo ya que es muy cercano al reggae de Jamaica y tiene referentes iniciadores del género como El General o La Factoría o recientemente Joey Montana, además de que Centroamérica es una región no abordada directamente en la presente tesis, y sus particularidades migratorias serían interesantes para una nueva investigación. También es interesante mirar el caso de España ya que tiene regueteras que están marcando tendencia como la Rosalía o Lola Indigo, en este caso sería interesante pensar cuanto influye el idioma español en relación con los países latinos, así como las migraciones de latinoamericanos que se van a Europa y por supuesto sus industrias musicales.

## **Apéndices:**

### **Guión de entrevista a difusores de reguetón**

#### Preguntas relacionadas con la industria musical:

1. ¿Consideras que el reguetón nacional puede ser clasificado como música independiente en la actualidad? ¿Por qué?
2. ¿Qué tanto llega a sonar en tu plataforma reguetón de músicos independientes?
3. La música cada vez se digitaliza más ¿Crees que esto ayuda o no a la difusión del reguetón?
4. ¿Te han contactado directamente disqueras o plataformas de *streaming* para promocionar algún artista en tu plataforma?
5. ¿Se tiene algún convenio con alguna Major o disqueras/productoras más pequeñas para promocionar a artistas de reguetón?
6. ¿Necesitas alguna autorización para los contenidos que propones para un programa? ¿pasa algún proceso de edición las canciones o el guión de tu programa? Has enfrentado dificultades en este sentido con respecto a piezas de reguetón?
7. Respecto al tema de los derechos de autor y permisos de emisión ¿consideras que son un límite para la difusión del reguetón? ¿por qué?
8. ¿Qué te ha funcionado mejor a la hora de difundir contenidos de reguetón en tu plataforma? ¿Mezclar música en vivo, reproducir Playlist, etc...?

Preguntas relacionadas con la difusión del reguetón en la plataforma del entrevistado:

9. ¿Qué tipo de reguetón (nacional o internacional) se difunde en tu plataforma? ¿qué estilos dentro del reguetón?
10. ¿Qué criterios toman en cuenta para difundirlo?
11. ¿Toman en cuenta determinadas letras para difundir canciones?
12. ¿A partir de cuándo se difunde reguetón nacional en tu plataforma?
13. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de difundir el reguetón en radio, en comparación con las plataformas de streaming?

Preguntas relacionadas con productoras y sellos discográficos

14. ¿Qué personas son claves en la salida de canciones o álbumes de reguetón al mercado?
15. ¿Qué sellos discográficos se encargan de difundir el reguetón en Ciudad de México?
16. ¿Qué toman en cuenta los sellos discográficos para lanzar a un artista de reguetón?
17. ¿Cuáles son las estrategias mediáticas de los sellos discográficos para difundir el reguetón?

#### Preguntas relacionadas con la trayectoria del reguetón en México

18. ¿En qué momento se encuentra el reguetón en el país? ¿es un género suficiente popularizado?
19. ¿Qué elementos de la cultura mexicana consideras que son importantes para que el reguetón se consuma en el país? ¿hay prejuicios contra el reguetón?
20. ¿Cuáles fueron los primeros lugares en donde empezó a sonar el reguetón en Ciudad de México?
21. ¿Cuál considerarías hitos históricos en la popularización del reguetón en México?

#### Preguntas relacionadas con el contraste del reguetón nacional e internacional

22. ¿Qué es lo que explica el mayor éxito de ciertas figuras internacionales en comparación con las mexicanas?
23. ¿Qué otros informantes o emisoras de radio podemos tomar en cuenta para la investigación del reguetón en México?

#### Preguntas sobre las audiencias del reguetón

24. ¿Cómo caracterizarías al público que escucha reguetón en la CDMX?
25. ¿Podrías establecer segmentos dentro de estas audiencias? (sociodemográficamente)
26. ¿Qué te piden/demandan en tus redes quienes escuchan reguetón?

27. ¿Consideras que los creadores y productores nacionales de reguetón prestan atención a estas necesidades? ¿Tienes ejemplos?
28. ¿Qué crees es lo que más ha cautivado al público con respecto a este género?
29. ¿Quiénes consideras podría ser los consumidores del reguetón en el futuro próximo?

**Entrevistas:**

**Entrevista 1Y\_01/06/2022**

**Entrevistado:** Yubeili/Omar Yubeili



**Síntesis Biográfica del Entrevistado:** Omar Yubeili es un actor, productor y cantante mexicano, nacido en la Ciudad de México el 2 de abril de 1996. Comenzó su carrera artística en la actuación en programas televisivos como *Simplemente María*, *Cómo Dice el Dicho*, *El Señor de los Cielos*, *La Rosa de Guadalupe*, entre otros. (Famous Birthday, 2016)

Entre los géneros que produce e interpreta se encuentran el reguetón, trap, en general la música urbana, en Spotify cuenta con más de 30,000 seguidores y 382, 118 oyentes mensuales (Spotify de Yubeili, 2022) mientras que en Instagram cuenta con 1.3 millones de seguidores (Instagram de Yubeili, 2022). Entre las múltiples colaboraciones que ha realizado se encuentran artistas como L-Gante, Homer El Mero Mero, Neto Peña, Perro Primo, entre otros.

**Entrevistador:** Emiliano Solís García

**Fecha de realización:** 01/06/2022

**Entrevista Virtual por la Plataforma Zoom**

**Leyenda:**

Y: Yubeili

E: Entrevistador

1. E: - Ya viendo tu carrera pues eres alguien que ha combinado la actuación con la música, ¿qué cosas de la actuación que ayudaron a construir tu carrera? -
2. Y: Son dos mundos totalmente diferentes, creo que lo único que yo agarré de la actuación, fue mí fue la preparación artística no, porque yo me llevo preparando como artista en general desde que tengo 10 años, ahorita tengo 26, el 26 ya son 16 años, de preparación no, entonces eso básicamente como el control en el escenario, el control de los nervios, el saber este hacer *performance*, ya sea dentro de un foro o de frente de un micrófono, pero sí te puedo decir que el mundo de la

actuación y de la música hoy por hoy no tienen absolutamente nada que ver

3. E: - O sea sí o sea digamos que ahí no encuentras los mismos actores que vas a encontrar en la música no, son personas distintas, agentes distintos -
4. Y: - Jugadores, yo le llamo los jugadores del juego, son muy diferentes sabes
5. E: - Bueno ya centrándonos más en la música, eres una persona que ha tenido una habilidad muy cañona para hacer diferentes tipos de música, diferentes géneros, yo escuché tu disco *A Dónde Vas* y es como pop rock no, muy bueno, y luego te escucho en la música urbana; ¿tú cómo te definirías? ¿cómo un artista de música urbana, de trap, de reguetón? -
6. Y: - De música urbana, y hay que entender que la música urbana no solamente es el reguetón no, entonces el afro beat, es el trap, y últimamente lo hemos visto mucho no: Bad Bunny, Anuel, los artistas ya no nos estamos encasillando en un solo género, Bad Bunny sacó un mambo y una zamba en su último disco y ya creo que no nos podemos encasillar en un solo género, más bien se trata del discurso, y de cómo vives, y de lo que quieres expresar, entonces sí, totalmente un artista urbano, ese primer disco lo hice cuando tenía 16 años, era otra persona totalmente, y aparte no era yo pues consiente de tomar las riendas de mi proyecto, dejaba que otra gente hiciera lo que creía que yo debía de estar haciendo y ya cuando yo agarre las riendas, pues dije ok, yo crecí escuchando hip-hop, crecí escuchando rap, crecí escuchando y fui *DJ* de reguetón en la secundaria, yo llevaba mis 2 bocinas *Steren* a las fiestas de mis amigos no, y tocaba J Álvarez, J Balvin, Plan B, entonces pues es algo que a mí personalmente me toca el corazón, crecí con esas líricas, con personalidad, con carácter, que te hablan, que te dan el tiro a la cabeza no, que te hablan como es, y fue el que decidí que sí, que eso es lo que ello era -

7. E: - Dos preguntas una cómo empezaste primero a meter al mundo de la música, el mundo del pop dónde dices que bueno no estabas tan cómodo, que había gente que tomaba decisiones por ti, y cómo fuiste saliendo del a transitar a la música urbana –
8. Y: - Fue cuando recién estaba volviendo a sonar J Balvin porque después de Tranquila y de sus *hits* que tuvo antes, como que no estaba sonando tanto como en ese momento, y yo me acuerdo que volvió con esta canción de justamente reggaetón de 6 am, estos *hits* con Farruko y demás y yo dije: bueno me volvió a llegar ese esa emoción por la música urbana, viajé a Colombia me tocó trabajar con uno de los productores de J Balvin que es Bull Nene, fue con el que otra vez como que redescubrí sabes, que seguía teniendo eso en las venas y que seguía queriendo eso -
9. E: - En este mundo primero del pop, ¿cómo era el manejo que decías que te hacían? que tomaban decisiones por ti, y bueno estabas chavo, no es tan fácil, es parte del aprendizaje, pero ¿cómo era y como lo contrastas ahora que bueno que eres más libre? -
10. Y: Hoy por hoy yo podría sacar una canción de pop mañana sabes, ya con quién soy yo y no tendría ningún problema, porque termina teniendo mi esencia, pero en ese momento siento que me manejaban como un producto más que como un artista, y esas cosas para mí ya no existen, yo tenía unas managers que literalmente me veían muy encaminado como hacia cierto tipo de público, hasta cierto tipo de discurso, entonces cuando decido y por eso me lo tatuó en el brazo de hecho, tomar como el timón del barco, de mi barco, ya no era un ok de te vas a vestir así, para transmitir eso yo me voy a vestir como yo quiera, voy a usar lo que yo quiera, voy a hacer voy a hacer lo que salga de mi corazón, lo que yo quiera decir y me tocó mucho de verdad vivir un poquito de esa vida, de lo que yo estaba hablando no, me fui a meter a los barrios por todas partes, nunca ha sido algo que me que me asuste o nada, yo crecí en una escuela en donde teníamos la posibilidad de yo llevarme con gente

de muchísimo dinero o gente que venía de muy muy muy muy abajo no, y siempre me tiré hacia el barrio ¿por qué? no me preguntes, siempre me identifiqué un poco más, fui literalmente a vivir esa vida y a contar esas experiencias que me pasaban no, empecé a ser en lugar de aparentar –

11. E: - Ahora te quiero preguntar por el tema de las colaboraciones, eres un artista que tiene muchos sencillos colaborando con otros grandes artistas, ¿cómo es el proceso para que un artista se ponga de acuerdo con otro para grabar algo?

12. Y: - Siempre es diferente, siempre es diferente *brother*, porque por ejemplo creo que de verdad mi carrera dio un giro 360 a inicios del año pasado y eso fue a través de un productor ejecutivo muy importante de Puerto Rico que se llama Emill Blanco porque yo había escrito el coro de la canción de Bandolero de Natanael Cano, Big Soto y Jambene, entonces en ese momento se me acerca mucha gente del extranjero, querían incluirse a la esencia mexicana, a la escena urbana mexicana, la escena urbana de México son los corridos y el hip hop, aquí en este país exponentes de reguetón son bien poquitos, son contados, los conozco a todos, todos han pasado por este estudio y son mis amigos, pero son muy poquitos, contados sabes, siempre pasa distinto, Emill me acerca a C-Kan, el me dijo trabájame siete corridos, entonces yo literal desde mi estudio empecé a trabajar siete ideas de corridos y empezamos a mover las cosas a través de este productor ejecutivo, a C-Kan le encantó el tema, a Omar Montes en España le encantó, Pacho el Antifeke de Puerto Rico y el Chulo de Cuba no, entonces empezamos a hacer estos juntos internacionales de corridos, incluyendo gente de afuera y fue que así se hizo el conecte no, pero por ejemplo hay veces que yo viajo a Argentina y me veo con el Noba o ahora que fui recién a Guadalajara me veo con Charles Ans y yo ya le llevo una pista no, y le digo mira Charles traigo esto *brother* qué onda lo hacemos, y nos metemos allá al estudio ahí mismo a grabar no, la música urbana tiene esa magia de que pues ya podemos llegar con una pista hecha, no tenemos que llegar a empezar a

tocar guitarra, que puede pasar siempre hay un proceso diferente creativo, llegamos con eso y tiramos, y si no terminamos la canción para mí es un fracaso de sesión, para mí con el nivel de artistas y de raperos y de la creatividad que hay en un estudio hoy por hoy a donde me estoy moviendo, cuando se entra al estudio se tiene que salir con una canción hecha, y lista para mandar a mezclar -

13. E: - ¿qué crees que ha pasado en México para que la ola del reguetón que llegó a Puerto Rico, a Miami, a Cuba, a Panamá no haya llegado con tanta fuerza acá a nuestro país? -
14. Y: Pues que estamos muy pegados a Estados Unidos, y yo creo que lo que pasó fue que crecimos con hip hop sabes, en México se creció con mucho rap, mientras que a lo mejor otros países latinos crecieron con otro tipo de sabor, pero aquí yo me acuerdo creciendo escuchando a Eminem y a Vicente Fernández me entiendes, entonces creo que son nuestras raíces al final, creo que ya se está empezando a ver más reguetón, ya los chamaquitos están empezando a crecer con más reguetón, yo tuve la dicha de que era un loco metido en Lime Wire a mis 14 años escuchando música de todo el mundo no, descargando música y nutriéndome de eso, pero no a todo el mundo le tocó eso, crecimos muy pegados a la escena del rap y creo que hoy por hoy hasta se nota, los exponentes más grandes del país son raperos en la música urbana, que ya haya muchos más reguetoneros hoy es precisamente porque se están abriendo las puertas a los hijos de la globalización, yo me yo me considero uno de esos –
15. E: Hay en el reguetón como referencias, sobre todo en las letras, a la cultura del Latinoamerica o sea en Puerto Rico hacen referencias de Puerto Rico no, los reguetoneros de Miami hacen referencias de Cuba, en ese sentido, ¿tú qué elementos de la cultura mexicana te gusta incorporar en canciones y por qué?
16. Y: - Cuando me monto en un reguetón meto algunos modismos míos sabes, o sea tiro la palabra como morrita, o por ejemplo tengo una

canción con el Noba que es un RKT, que es un tipo de reguetón que hacen en Argentina que combina las cumbia retrasadas, si te das cuenta están metiendo sus raíces dentro del reguetón, entonces con El Noba yo digo 'mami llego tu mexicano, un tequila en la izquierda y un fernet en la otra mano', haciendo referencia a que estoy haciendo una canción con un argentino pero ¡EPA! aquí está el mexa con su tequila y tiró ese tipo de cositas, que digan: 'ah ok este güey es mexicano, me está hablando como hablan los mexas' -

17. E: Ahora que estás hablando de estos temas internacionales, te quería preguntar como experiencia personal, ¿cómo fue colaborar con L-Gante, ¿cómo te sentiste? ¿Qué significó?
18. Elián es un tipazo, justo eso fue uno de los proyectos que envié a distancia y que Elián se montó sin conocernos porque le gustó la vibra de la canción, creo que se identificó con el mensaje de superación, porque de eso se trata esa canción no, venimos no teníamos nada y logramos con trabajo lo que queríamos, entonces 10 millones de reproducciones después en YouTube y otras cuatro en Spotify nos conocimos en persona, porque no nos conocíamos él grabó su parte del vídeo en Argentina y yo grabé mi parte aquí en México, y tipazo a la fecha Elián es de los que siempre que tiene un show en México me invita a cantar la canción con él y nos la gozamos, la cantamos recién el Tecate para el Norte, entonces bien, con L-Gante está todo súper súper bien y uno aprende también porque pues es una cultura urbana totalmente diferente la de Argentina a la de acá –
19. E: - En Argentina pasa algo similar no, a lo que me dices de que acá escuchamos hip hop en Argentina pasa mucho con el rock nacional no, y cumbia obviamente y lo están combinando muy ingeniosamente como tú lo haces con los corridos no, ¿Cómo es el proceso para empezar a combinar? ¿fue difícil, fue complicado? -
20. Y: - Cuando yo empecé a combinar, la verdad es que el que me inspiró fue Natanael Cano, yo no había visto que de verdad se pudiera, para mí

antes de esta canción que yo le escribí, y de ese hit que pasó, para mí era algo imposible mezclar las raíces mexicanas con la esencia urbana, llevaba mucho tiempo intentando hacerlo pero no la encontraba y cuando Natanael llegó cómo llegó y lo que marcó con esa colaboración con Bad Bunny y después dije ¡ah ok sí se puede!, sí fue muy complicado pero la verdad es que él me inspiró y dije va, y de ahí salió todo lo demás no. –

21. E: - Hay diferentes ramas de reguetón, hay diferentes ramas de letras no, no se puede clasificar como que nada más hay un tipo de letra, pero hay muchas críticas no, más ahora con que está tan vigente el tema de las mujeres, ¿tú crees que el reguetón puede ser un género a favor de los derechos de las mujeres?

22. Y: - Creo que es un arma de doble filo, porque también les ha dado cierta libertad de expresarse no, a lo mejor es fuerte para una señora de 40 años escuchar 'mueve el culo dame chapa mueve el culo dame chapa' pero yo veo que eso suena en un antro y las morras lo bailan como locas porque es algo que sí sienten, que sí quieren bailar no, por supuesto hay otras letras más de maleanteo, más sucias, que siento que va hacia si no te gusta no lo escuches, pero no metas todo en un saco de machismo y de tal, porque hay muchas veces esto no lo hacemos con una mala intención sabes, yo en la vida he escrito una canción o una letra para tratar de ofender a una mujer, o sea más bien lo hago como para que en la fiesta la gente se lo goce, va a sonar un poquito feo lo que voy a decir pero es como cuando estás en la cama con una persona no, no todo el tiempo la morra va a querer que la trates con delicadeza, hay veces que va a querer que te pongas un poquito más real con lo que estás sintiendo, y las letras y ese mensaje no tiene nada que ver con las cosas que hoy por hoy están pasando en la calle en México no, horrible lo de los feminicidios, la inseguridad, yo muchas veces a través de mis redes me he pronunciado en contra de eso y a favor de las mujeres cada vez que denuncian no, tratando de apoyarlas, tratando de difundir un poquito

más, cuando yo me pongo obsceno que no es siempre mis letras no tienen nada que ver con que yo no las apoye. -

23. E: - ¿En tu carrera musical que momentos consideras puntuales? -
24. Y: De arranque el premio Billboard del 2018, cuando me nominan a mejor nuevo talento en México, que nos lo ganamos gracias a la gente porque la gente fue quien decidió después de las nominaciones, fue algo grande, se abrieron puertas y después definitivamente este proyecto de los corridos sabes, cuando empecé a aceptar y abrazar mis raíces mexicanas dentro de lo urbano, empezaron a pasar cosas y me empezaron a llamar para yo ahora incorporarme en el sonido de las raíces argentinas y de las raíces españolas no, no quiere decir que yo solamente haga corridos no, tengo reguetones con Don Patricio que no han salido con Bandido, tengo algo con Ñengo Flow; que no lo escuchaste de mí, pero fue decir ok soy Mexa, aquí estoy y el trabajar la mente bro, yo siempre digo que Dios nos da hasta donde estamos preparados para recibir, entonces en el momento en el que yo dije necesito que Omar esté bien para que Yubeili esté bien también, empezaron a pasar cosas,
25. E: - Te quería preguntar por las plataformas de streaming, hoy se tienen que manejar bien, si quieren posicionarse, tienen que luchar por tener presencia ahí, cuando tu empezaste no estaba tan vigente el Spotify, a ti te tocó la transición. ¿qué dificultades y facilidades crees que tengan estas plataformas de streaming, donde la gente paga por escuchar su música no?
26. Y: - lo difícil, como tú dices yo no empecé cuando Spotify era lo que Spotify es hoy, lo difícil es eso, es que ahora hay una competencia de que se suben 6000 canciones al día a Spotify no, que encuentren tu música se vuelve algo complicado, uno tiene que estar haciendo malabares y estrategias de marketing, y mil cosas no, pero por el otro lado siento que es algo increíble, porque la gente está decidiendo exactamente lo que quiere escuchar, cómo lo quiere escuchar y cuándo



lo quiere escuchar, y para mí esa transición fue muy difícil, fíjate cuando yo empecé que tenía 12 años, cuando empecé en el medio artístico, pues sólo había una manera de hacerse famoso no, y se llamaba Televisa, ese monopolio era así; si tu no estabas en Televisa no eras relevante, a mí me tocó ser un niño creciendo con eso, de repente llegan las redes sociales y no sé, a mí personalmente me llamaron mucho la atención y por eso me enfoque totalmente por ahí no, la gente ya está en el celular todo el tiempo, si quiere poner algo lo pone aquí (en el celular), ya no está pendiente a la radio por ejemplo. -

27. E: - Fíjate que yo pienso mucho en eso en la tele también con el tema de Danna Paola no, ella justamente empezó con telenovelas no, algo parecido a lo tuyo y pues de repente oigo que la critican por eso, y es como de 'es su carrera, dónde quieres que empiece no, siempre la crítica la va a haber y te quería preguntar justo por eso, ¿cómo llevas el tema de la crítica, porque al ser una persona reconocida, querida por mucha gente, es casi imposible que no llegue un *hater* no, entonces tú personalmente como como manejas eso. -

28. Y: - Cuesta mucho hermano, y me han criticado mucho precisamente porque empecé en la televisión no, y sin saber qué bueno cabrón a los 12 años, mi pasión siempre fue la música y todo lo que hice siempre fue en función de la música, pero a los 12 años eres un niño, tú te dejas llevar por lo que está enfrente no, y por las cosas que te va poniendo la vida enfrente, pero creo que ese respeto se gana simplemente con buena música, con buen trabajo y bendito Dios por las puertas que me han abierto muchos de estos artistas, que estos mismos *haters* admiran no, me encanta porque tuve un vídeo que fue muy viral en Tik Tok, 10 u 11 millones de reproducciones, y estaba con Eco cantando en el barrio, y entonces hay un tipo que me dice jamás serás como Lefty, y yo me reía me reía en mi casa, porque decía ay si supiera que el otro fichaje de esta misma canción es Lefty, entonces eso creo que el hecho de que los artistas se han identificado con mi música y el trabajo que se ha hecho

pues ha cambiado esa imagen y el *hate* pues uno tiene que saber cómo hacer que se resbalen las cosas y seguir firme, como caballo de carreras sabes, no te puedes desconcentrar de la misión que traes. –

29. E: - Te quería preguntar el tema de las negociaciones con los que están a cargo de ciertas plataformas no, bueno tú eres una persona que tú tomas sus propias decisiones, digamos que no te manejas como con un manager pero a la hora de negociar como le recomiendas a los artistas que hay que ponerse para que no les roben, porque hay mucho robo detrás de la industria no –

30. Y: Con abogados, siempre con un abogado, a mí me tocó aprender en la calle no, escuchando y viendo, y aprendiendo de los o sea yo nunca estudié una carrera musical, ni de Music Business, ni nada de eso, pero sí siempre es bueno tener un manager a tu lado, a lo mejor que negocie solo eso, o un contrato y que se lleven su tajada, el pastel es para todos, pero que tú estés muy consciente de lo que estás firmando, puede ser el mejor *deal* o un *deal* muy malo pero tú tienes que estar muy consciente, y de cómo se maneja también no, a lo mejor los artistas no saben que es de lo más común que te den un adelanto y un dinero a la hora de firmar no, de repente llegas y firmas un contrato, y hay de dos, o ese dinero se lo está llevando alguien más y no te estás enterando, o no te lo están dando y entonces la misma disquera no se está comprometiendo a tener que entregar ese dinero que te están dando, no existe ese mismo nivel de compromiso de ‘ah OK ya le puse dinero en su bolsillo a este hombre, tengo que trabajarlo para recuperarlo no’ siempre hay que acompañarse de gente que ya tenga experiencia en esto e informarse, no puedes llegar así como loco. -

31. E: - Nos puedes contar de alguna otra forma de robo que exista en la industria

32. Y: Hay muchas, de repente llegan a decirte cuando estás empezando en la carrera: ‘¡ah este evento es de promoción!’ cuando uno empieza obviamente lo que quiere es que lo escuchen no, entonces hay muchos

promotores que llegan y te dicen: 'vas a hacer este evento de promoción, no se te va a pagar para que vayas' y a lo mejor están cobrando y cobrando y cobrando, y tú no te estás enterando sabes, terminas trabajando de a gratis, que no es siempre, o sea uno tiene que entender que también se le están abriendo ciertas puertas, y si a mí me invitan a abrirle el concierto a Maluma que está mucho más arriba ahorita hoy por hoy que yo, pues bueno tengo que entender que quizás no se me va a pagar no, claro pero hay que ser cautelosos con si de verdad no se está pagando, o si ese dinero se lo está llevando a alguien más –

33. E: - ¿Cuándo tú haces un sencillo o una colaboración pues el trabajo es principalmente de los artistas, pero también hay otra gente que hace la chamba atrás, ¿nos puedes contar de algunos de estos actores y qué es lo que hacen?

34. Y: Existe la distribuidora que se encarga de subir tu contenido a todas las plataformas, en esa distribuidora obviamente se te va a pedir un pedazo del pastel y dependiendo de cómo hayas negociado no, existe el equipo de relaciones públicas que es la gente encargada de conseguirte entrevistas y de mandar un comunicado de prensa a los medios como tal no, luego el equipo de marketing que tiene que pensar en cómo hacer que tu canción resalte de las 6 mil que subieron ese día, y ¡uff! es que hay es que hay un montón de cosas, A&R cuando estás dentro ya de una compañía discográfica el A&R es el que te acerca a los productores, a los compositores, te hace las sesiones, te contacta también con otros artistas en otras ocasiones, y hay mucha mucha mucha gente involucrada hermano, el promotor que es el que te cierra las fechas sino es que es tu mismo *manager*, es que hay de 2; o aprendes a hacer todas esas áreas de negocio, o vas a estar flaqueando de alguna manera, y por ejemplo en la distribución existen muchas plataformas como CD Baby en donde ya el artista puede subirlo directo o DistroKid y es muy bueno porque te da la posibilidad de poner tu canción, pero la gente no sabe que a los editores de Spotify esa música nadie se las está haciendo ver,

entonces que tú vayas a obtener un espacio en alguna playlist de algún lugar que amplíe tu exposición, pues va a ser muy complicado no, aunque te quedas con el 90 por ciento de tu trabajo, que también eso es muy rentable no, pero si mucha gente involucrada. -

35. E: - Muchos artistas aprenden en el camino no, como hay que manejarlo, porque al principio con todos estos puestos que me estás diciendo no sabes no, o sea lo que sabes es hacer música no, ¿cómo fue tu proceso para aprender eso?

36. Y: - Fue a base de chingadazos hermano, literal, cuando yo sacaba una canción y veía que algo no sucedía o no pasaba me daba cuenta que algo no estaba sucediendo y me rodeé de gente que yo confiaba y platicué con esa gente para yo aprender y poder encargarme de muchas áreas del negocio no, hoy por hoy yo ya estoy firmado en una discográfica en Los Ángeles y puedo delegar muchas cosas o me ayudan con muchas cosas pero siento que el artista cuando firma con una disquera está esperando que le solucionen toda la vida y no es así, yo puedo dormirme a las 5:00 de la mañana pero a las 9 ya estoy arriba haciendo que todo camine, al final yo soy el capitán sabes, si yo huevoneo, si yo no trabajo en el día la disquera me va a hacer menos.-

37. E: - En el tema de las disqueras ¿qué necesita un artista para que una buena disquera empiece a confiar en él? para que diga 'bueno va voy a firmar un contrato contigo' -

38. Y: - En la música ya no puedes llegar con tu guitarrita a cantar a una a una disquera, creo que ya tienes que tener algo grabado previo, tenemos que entender que el artista tiene que tener su propio equipo y después la disquera es otra cosa, aunque también es tu equipo son como capas, con tu equipo, tienes que preparar y sacar música, crear, hacer que te volteen a ver, de eso se trata sabes, tener eso, una buena música y una esencia, mientras que el artista sepa y tenga más claro quién es, pues es más fácil que alguien se acerque y con todas las plataformas digitales que hay hoy por hoy para acercarse a la gente tenemos que hacer un trabajo previo

antes de que llegue a una disquera de llamar la atención y entonces es cuando vaya a la disquera iba a decir: '¡Ah bueno ya llamaste la atención de a lo mejor un nicho! aquí está la lana pa vamos a exponencializar eso no' -

39. E: ¿las disqueras se llegan a meter con las redes sociales? O sea te llegan a decir como bueno hay que promocionar el sencillo así, en Tik Tok lo puedes promocionar así, en Facebook así, o eso es una chamba del artista?

40. Y: - Yo personalmente soy un dolor de huevos y me meto en todo, pero hay disqueras que sí tienen las contraseñas de ciertos artistas, las más no las tienen, yo me encargo de todo, y si a lo mejor ellos quieren que haga algo, viene de mi creatividad a promocionarlo como yo quiero promocionarlo no ya hoy por hoy -

41. E: - En cuanto a las redes ¿tú cómo las manejas? porque o sea has crecido bastante en seguidores en todas tus redes ¿cómo ha sido ese proceso? ¿cómo le has encontrado para decir bueno por acá crezco en Instagram no? ¿cómo le has hecho para para crecer en las diferentes redes?

42. Y: - La gente sólo quiere escuchar música en Spotify, y en las tiendas digitales pero el Instagram y el Tik Tok también es para que la gente te conozca un poquito más y se enamore de ti como eres, yo siento que no puedes llegar solamente a poner tu música, tienes que ser creativo con la manera en la que la das a conocer, que sepan de tu día a día, que sepan quién eres, platicar con ellos, entonces yo creo que las redes sociales hoy por hoy se tratan de eso, sí tú solamente vas a subir tu música y no vas a subir una foto a lo mejor de cómo estás vestido, si te gusta la moda o de a dónde fuiste a comer o algo por el estilo, ya la gente no quiere esa lejanía tanto con el artista, es un balance pero siento que sí tenemos que decirle a la gente quien es uno, mira Arcángel por ejemplo, Arcángel siento que todo el tiempo te está diciendo lo que opina y lo que piensa, y quién es y sus valores, y eso también hace que la gente

conecte contigo y te de ese *follow* no, que es muy complicado güey pero pues eso es lo que hace el conecte. –

43. E: - En cuanto a Tik Tok, y en cuanto a Instagram tu como como qué contenido ves que es más adecuado para una o para otra, cómo qué cosas subes en Tik Tok y en Instagram –

44. Y: - Es lo que es, lo que me fluye, es lo que quiere hacer, no hay algo que yo diga 'a por acá' en Instagram se trata o se trataba más de fotos, ahora llego Tik Tok y le dio en la madre, y ya se pusieron a hacer vídeos, pero pues en realidad subo lo que me sale y lo que me nace del corazón en ese momento sabes -

45. E: - Hay muchos prejuicios entorno no sólo al reguetón sino a la música urbana no, ¿tú consideras que en México es particularmente más difícil hacer reguetón por esos prejuicios que en otros lados? -

46. Y: - No, yo siento que es más por lo que crecimos escuchando, no creo que sea por los prejuicios y sobre todo esto de que se piensa que el reguetón que solo escucha a la gente de barrio, cuando el artista más pegado del mundo hace reguetón y es el número uno eso te habla de que ya esa barrera se rompió sabes, creo que el reguetón en México lo que le hace falta es honestidad, le hace falta más exponentes y le hace falta unión *brother*, lo hemos hablado mucho lo he hablado con Uzielito Mix, he hablado con los Guetto Kids, con el Malilla, todos han pasado por acá y son compas eh, tenemos que dejar de ser celosos con nuestro trabajo, es una cosa más de la industria y de darle a la gente buena calidad y constancia eso es, eso es todo sabes, a el día que la escena urbana mexicana de verdad se una y los exponentes empiecen a trabajar juntos entre ellos, otra cosa va a ser. -

47. E: - ¿consideras que ha faltado como compañerismo no, entre la gente del gremio y que sí se ha dado en otros lados, a ti alguna vez te ha pasado que quieras hacer compañerismo con alguien y por X o Y razón no quiera? –

48. Y: - En el inicio de mi carrera me pasó con todo mundo bro, con todo mundo sabes, o sea nadie me abría las puertas, lo hablaba con Charles Ans ahora que fui a Guadalajara, porque me decía: '*brother* yo me considero una persona que conoce a todos los jugadores de la escena urbana en México y de repente tú nombre hace un año empezó a sonar ¿por qué?' y yo le decía '*brother* pues es que a mí en México nadie me la dio, entonces pues a través del Instagram, del bendito Instagram, empecé a contactar gente de fuera y de fuera fue que dijeron tu música es buena vamos a hacerlo, y ya de ahí pues me empezaron a abrir puertas acá no, pero sí me ha pasado, al inicio que me pasó con todos *brother*, con todos, los celos aquí en México y los bandos son muy fuertes le han hecho mucho daño a la música urbana en México, yo navego con otra bandera, a mí eso no me gusta, yo siempre voy al revés confianza la tienes hasta que la pierdas, no al revés. –
49. E: - En cuanto al público mexicano no, que sigue tu música ¿cómo lo describirías tú, qué tipo de público es, ¿cómo es? -
50. Y: - Está muy variado, creo que obviamente como he hecho cosas comerciales tengo muchas chavitas de entre 15 y 20 años, que escuchan mi música, y ahora que me he metido más hacia lo menos comercial con otros artistas, pues estoy empezando a agarrar otro público, está variados se está uniendo, y están viendo que pues yo vi es un artista más versátil no-
51. E: Con esto estaríamos cerrando, muchas gracias.

## Entrevista 2P\_26/05/2022

**Entevisada (nombre artístico/nombre legal):** Paula García/Esa Mi Pau

**Síntesis Biográfica de la Entrevistada:** Paulina García, mejor conocida en el mundo de la música como Esa Mi Pau es una DJ y conductora de radio mexicana especializada en reguetón. Esa Mi Pau es fundadora de las fiestas Viernes de Perreo las cuales serían fundamentales para formar el colectivo Perreo Millennial de la cuál ella es parte. (González, 2019). Esa Mi Pau es conductora del Cumbiodromo en Aire Libre y Pláticas del After por Troop, es programadora musical de la estación de música urbana Pégate, ha participado en diferentes festivales en el mundo como Trópico, EDC, Bahidorá, entre otros. (Perreo Millennial, 2022)

**Entrevistador:** Emiliano Solís García

**Fecha de realización:** 26/05/2022

**Presencial/ Virtual (Zoom):** Presencial, Café The Back Yard, Acapulco 51, Colonia Roma Norte, Ciudad de México

### Leyenda:

P: Paulina García

E: Entrevistador

1. E: -Empieza entrevista a Paulina García mejor conocida como *Esa Mi Pau*, Hola Pau gracias por aceptar la entrevista-
2. P: - ¡Hola! -
3. E: - Bueno, es para nosotros importante que estés aquí, que nos puedas contestar algunas preguntas. Primero, si nos cuentas cómo empezó *Viernes de Perreo* tanto el programa como las fiestas ¿cómo fue surgiendo y cómo se consolidó? -
4. P: - Pues, el *Viernes de Perreo* empezó como algo bastante espontáneo, yo tenía un programa todos los días de 5 a 7, con David Hernández que era el programador de 90.9 en ese momento, y a veces los viernes no



podía ir porque se tenía que quedar programando todo el fin de semana, entonces como que yo empecé así de que... no sé, cuándo no iba a hacer un programa como yo quería, este y, no sé o sea y le ponía *Viernes de Perreo*, porque nada, como cuando el mismo *feeling* como cuando estás en la escuela y se va el maestro del salón y se ponen a saltar, o lo que sea, cuando eres muy chiquita.

5. E: - ¿no te regañaban ni nada?

6. P: No, no, no, porque o sea más bien ahí empecé y todo bien y luego ya cuando me quedé yo sola lo dejé como una sección en la última media hora de mi programa, y me enfocaba más como al *global bass*, en realidad no me enfocaba al reguetón, si me interesaba ponerlo pero pues yo ya llevaba mucho tiempo en 90.9, y sabía que así no iba a funcionar de esa manera, entonces como que pues me pareció que entrarle por el *global bass*, con otro tipo de ritmos tropicales, aunque el lenguaje fuera similar, pues era una buena idea, entonces empecé a hacer eso, y esa era mi programación, y más o menos al mismo tiempo el *disque* DJ, que tenía un sello que se llama Tropicol, que fue el sello que sacó el primer disco de los Sotomayor, le ofrecieron un espacio en el Bajo Circuito, y me habló y me dijo: 'oye me ofrecieron este día en el Bajo Circuito' y que si no quería hacer algo, y pues yo lo tomé, y me dijo: 'pensé en el *Viernes de Perrero* que es tu programa y a ver si te late que hagamos la fiesta con ese nombre y pues lo hacemos entre los dos', y así, y en el caso del programa de radio pues empezó como media hora, eventualmente como que si pegó y la gente pedía una hora, y lo hice de una hora, me quede como un año haciéndolo la mitad del programa, ya lo hacía como una programación más de 90.9, y la otra mitad ya metía más reguetón, pero sí, no fue de entrada meter reguetón, y lo ponía un poco más de todo y luego ya me pedían 2 horas, hacer ese programa ahora 2 horas, y justo ahí fue cuando más bien el *Viernes de Perreo* se fusionó con *Perreo Millennial* e hicimos el *Viernes de Perreo Millennial* y ahí fue cuando entré ya al aire, ya con *Mucha Onda* y empecé a jalar con *Perreo*

*Millennial*, tal cual, y un poco deje de lado, bueno no un poco, si no deje de lado el proyecto de *Viernes de Perreo*, porque pues, estaba sola sabes, era como más una cosa muy mía, y con Perreo Millennial pues tenía a 2 personas más, entonces pues más bien como que se fusionó, y se convirtió en un programa de 2 horas -

7. E: - ¿y tardó en pegar o fue pegando poco a poco? -
8. P: - Pues fue pegando poco a poco, pero no puedo decir que fue así de muchos años, o sea si fue algo que se trabajó seis años, ya cuando yo salí de 90.9 después de 16 años, echándome para atrás haciendo memoria, pues vi que sí, o sea, de lo que se convirtió *Viernes de Perreo*, de cómo empezó, a lo que terminó siendo ya cuando salí, que es un programa de 2 horas sí fueron 6 años, pero nunca lo sentí como una lucha, así de darme de topes, o sea más bien fue ir como descubriendo y mostrando sonoridades mexicanas supongo, sonoridades alternativas a lo que tienes como tropical, o cosas así, o sea la evolución de estos ritmos que escuchan tus abuelos, y que tú como yo porque nacimos en una generación súper malinchista, los tienes castigados, y arrinconados, destinados como ritmos de bodas o cosas de nacos, yo que sé, sabes, como algo aburrido, obsoleto y que te da un motivo para hacer para ser clasista hasta cierto punto. -
9. E: - ¿cómo fue tu primer acercamiento con la música, con la tornamesa, con la mezcladora, como fuiste metiendo poco a poco hasta llegar a tocar? -
10. P: - Pues todo fue 90.9, la verdad, o sea siempre me ha gustado la música, entré 90.9 pues sí por la fantasía del radio, y cuando entré a 90.9 pues varios de los que ya estaban ahí, Baxter, Tizano, y David Hernández, otros varios, ya en algunos empezaban a poner música en fiestas, ah y los Changorama también, y a jugar con los players no, poner en algunos clubes y ahí me llamó la atención, pero no fue algo haya dicho: 'ah eso me quiero dedicar', ni pensé que alguna vez iba a estar parada en un escenario haciéndola de a DJ, jeje, más bien como que

también hicimos una fiesta, y necesitábamos dinero, y decidimos hacer una fiesta como vinculada a una alianza que tenía 90.9 con el British Council, y era como para cerrar un fin de semana de música británica, o sea que habíamos tenido un maratón de música británica en 90.9, y hoy vamos a cerrar así el sábado, toda la semana había sido pura música británica, y la fiesta se llamaba *Fish and Chips*, como necesitábamos dinero pues, no podemos pagarle a un DJ para tocar, entonces más bien aprendimos a tocar, y más bien lo que pasó es que nos enseñaron poco, recuerdo que solo nos enseñaron cómo contar los compases, o sea del uno al cuatro básicamente, como agarrarle ritmo a la canción, del Q al botón de *play* y el volumen de cada canal, y pues así nos aventamos la fiesta, estuvo chida en general, no creo que haya sido una fiesta que haya jalado por nuestra convocatoria, porque además apenas estábamos creciendo, pero en ese momento el Hotel Virreyes y en Selina ya tenían programación de DJ's, empezaba como esta ondita en el centro y por alguna razón en la agenda de la página del Virreyes , no le habían cambiado la fecha pero esa fecha se la habían a los de rock 101, entonces como que no le cambiaron el nombre, y pues llegó un chingo de gente que preguntaba por Luis Gerardo, y yo ni lo conocía, llegaban y estábamos tocando y llegaban señores así de: '¿oye y Luis Gerardo?' y yo pues: '¿Quién es ese goei?' me decían: '¿Ya va a tocar Luis Gerardo?' y yo ni sabía quién era Luis Gerardo. Esa fue la primera fiesta, a partir de ahí más bien el ser DJ respondió como una necesidad, dije 'ah pues, estudio la universidad pero también necesito trabajar, sabes, ya también quiero mis cosas, ya empiezo a querer mis cositas, pero soy súper mala para la escuela , entonces no me voy a engañar ¿no?, no voy a buscar trabajo en una agencia para de todas formas atrasarme más en mis tareas, o sea eso no va a pasar, entonces dije: ah pues un buen trabajo de fin de semana es justo el DJ, o sea no voy a ser *bartender* porque tengo muy poca paciencia para la gente, entonces dije está chido ser DJ'

tenía muchos discos, y así bueno y así ya empezaron a hacer muchas cosas,

11. E: Has tocado internacionalmente, has tocado en Estados Unidos, en Alemania. ¿Notas alguna diferencia sustancial entre el público de acá de México y los otros, así que digas esto es sustancial esto sólo lo tiene el público mexicano?

12. P: Pues no sé, o sea creo que el fan mexicano o el mexicano es muy intenso en general, o sea es desde siempre, creo que los festejos siempre han sido de mucho mucho cotorreo, y al mexicano siempre le gusta dejarse ir en las fiestas, no sé como que siempre estamos muy apasionados por todo, o nos gusta o no, o sea tanto para algo que nos guste como para algo que odiamos, entonces cuando tú eres fan de la música en ese sentido y te apasionan y te relacionas con las letras y así, o sea pasamos muchos años también que no había conciertos en México, o sea ciertos y festivales son una cosa relativamente reciente pero o sea en los 90 todavía principios de los 2000 no había tantos conciertos, o sea neta, no yo no recuerdo de chiquita escuchar, y yo escuchaba mucho el radio, porque para la escuela pues viajábamos en coche no, pero no recuerdo en realidad así escuchar que venía, uno de los únicos conciertos que recuerdo que había causado mucho furor fue uno de Sting, obviamente el de Michael Jackson y el de Madonna, pero fuera de eso no tengo tanta memoria, obviamente estaba muy chiquita. Hasta que empezaron a ver así de que los festivales medio independientes de Ocesa, Ocesa trajo a los Strokes la primera vez, justo fue ahí cuando los Strokes que se dieron cuenta que sí había como un mercado para esas cosas y empezaron a traer más bandas, ahorita ya es diferente, pero para esa generación de personas, pues te apasionaba más, viendo a tus artistas que nunca habías visto, o sea para muchas personas la primera vez que vieron a Pearl Jam, y son muy apasionados son muy fans de Pearl Jam, los vieron por primera vez a los 25 años, y antes no, el mexicano es muy fiel y apasionado, la primera vez que vimos

a los Pixies, la primera vez que vimos a Radiohead a un concierto grande y no esa mamada de Puebla, de 'hay sí güey pero Queen ya había venido a Puebla' pues sí goei pero eso no cuenta o sea ,la verdad, creo que no había una industria de entretenimiento en vivo que no fuera algo televisado, había existido Avándaro pero pues es que la sociedad es muy conservadora entonces también recibir a rockeros, sí había pasado en Avándaro ya con esa experiencia no lo iban a volver a permitir, entonces eso y además creo que el fan mexicano es muy enamorado su cuerpo se apasiona y es muy entregado, porque el mexicano es muy entregado absolutamente en todo, de nuevo; para las cosas que le gustan como para las cosas que odia, yo creo que no somos una sociedad de medias tintas, aunque tengamos muchos matices y muchos localismos en nuestra vida, nosotros no somos de medias tintas salvo para algunas cosas, pero como mexa o lo amas o lo odias como: '¡Ya salió la banda nueva, y para que quiero a esa banda sí ya tengo a Pink Floyd' y así sabes, y definitivamente creo que nos permitimos salir más de control, en muchos otros lugares son muy educados y tienen como este concepto de la propiedad y así ,entonces somos muy de que nos vale verga, nos gusta festejar y tomar y nos ponemos borrachos y nos abrazamos, lo más cercano siempre que pienso, es como se ponen borrachos los ingleses y los *hooligans*, como lo más cercano que tengo como en referencia a lo que podría llegar a permitirse en Estados Unidos o en Inglaterra o en Europa sabes, me acuerdo que fui a la Lollapalooza, en Chile y para llegar adelante podías pasar así sin pedos, y en México quería ver a Queens of the Stone Age y no puedo pasar hasta adelante, o sea sí pero me asfixiada en el intento -

13. E: - ¿tú consideras que el reguetón nacional puede ser clasificado como una música independiente, independiente me refiero a que tenga como las herramientas para surgir y popularizarse sin la necesidad de ya estar acomodado, que puede crecer sin la necesidad de tener mucho dinero, que pueda crecer sin la necesidad de tener contactos o palancas?

14. P: Pues eventualmente te haces de contactos y palancas, o sea los Ghetto Kids antes de que firmaran algunos discos con universal ya tenían pues ahí contacto y trabajaban un par de cosas con Toy Selectah y seguían siendo independientes y de esa relación con Toy Selectah han salido la mayoría de sus colaboradores, ya empezaban a trabajar con Toy, y no dejaban de ser independientes pero ya no eran tan productivos, tampoco es que eran un proyecto acomodado, cualquier proyecto o sea ¿100% hay una industria independiente de reguetón en México?: sí, o sea el reguetón si es un género *underground* independiente , si lo es, porque la distribución se hace por los propios artistas, los artistas hacen y generan su varo para sus fiestas, sus videos , sus grabaciones, ellos tienen sus estudios en sus casas y eso habla de que es una industria y algo que está sucediendo bajo la independencia sabes, el reguetón México siempre ha sido una industria independiente, ahorita porque pues se ha estado poniendo un poco más de atención pero no deja de serlo, o sea Kenia Os es lo más *mainstream* pero no le gana a Karol G y las canciones de Kenia Os no se conocen en todo el mundo, aunque ya es muy *mainstream*, a lo que voy es que aunque el reguetón sea una tendencia mundial, los programas, las estaciones de radio, los comerciales y los antros que en general son para música fresa y también los de la Zona Rosa y así donde escuchar reguetón, todos escuchan y todos programan reguetón comercial o sea de verdad es que son pocos los lugares diferentes, todos ponen a J Balvin, a Bad Bunny, o sea la verdad es que no escuchas una sola pieza de reguetón mexicano, es muy raro o sea tal vez sí en algunos antros de la Zona Rosa, tal vez en algunos bares del Estado de México que es en realidad donde nace el reguetón y donde se gesta, y más bien es que se fue de afuera para adentro o sea ahí sí escuchas reguetón mexicano, ahí escuchas reguetón *under* pero aquí es donde vende es donde hay eventos que pagan, o sea en el Flow Fest o en el Baja Beach el 98% de los artistas son internacionales, en realidad los artistas que acaban de firmar con

disqueras en el género urbano acaban de ser Gera y otro rapero que no me acuerdo, y el tema es que el reguetón mexa es justo lo que de entrada no nos gustaba del reggaetón al principio, es muy explícito, suena a barrio porque suena a barrio y eso no es un sonido comercial, pasa un poco lo mismo como en a principios de los 2000 cuando en México ya empieza a haber festivales, sí el Corona Capital todo bien pero ¿dónde están las bandas mexicanas?, o sea había una radio alternativa en México, estaba Radiactivo y estaba también 90.9, y también estaba Órbita que era la única que programaba rock nacional, 90.9 no tanto, en sus principios la verdad es que no en su mayoría, y todavía dudo que tengan cosas nacionales, es independiente porque también es víctima del malinchismo que nosotros ya de inerte tenemos, así de: 'me gusta el reguetón pero me gusta que me digan que me huele la cola pero en colombiano, no en mexicano' –

15. E: - Claro si pasa, te lo pregunto porque es curioso hablando de esta música *mainstream*, de estos reguetoneros ya súper famosos, digamos que ya no son tan independientes hay varios países, que tienen representantes, o sea digo Colombia tiene, Panamá tiene, Puerto Rico tiene, y en México digamos que no sé construyo así una figura, independientemente de si eso está bien o está mal ¿tú por qué crees que pasó? -
16. P: Creo que la sigan trabajando, definitivamente eso es lo que están trabajando con Kenia Os, ella es la que están perfilando a eso, o sea porque para empezar el reguetón nace en el Caribe, nos llevan muchísimo más tiempo haciendo reguetón que nosotros, para empezar, y en cuanto a Colombia, ahí es porque el reguetón de Colombia es el que es el responsable de darle ese segundo aire al reguetón, y en Estados Unidos está ahí porque en realidad la cima del reguetón no está en Puerto Rico, está en Miami, tu empiezas y naces en Puerto Rico y *ta ta ta* pero cuando te haces famoso y quieres empezar a pegar te empiezan a mandar a Miami, entonces sí es una industria Latina pero con la

maquinaria de la industria gringa y los managers son muchos estadounidenses hay mucha gente gringa pero también Latina-americana que trabaja allá, y trabaja en esos niveles, entonces y eso ha sido desde siempre o sea porque Puerto Rico y Estados Unidos han estado ligados siempre, los puertorriqueños siempre se han ido a Miami, y los cubanos también nada más que los puertorriqueños no son ilegales en Miami y los cubanos sí, sabes, y bueno ahí tenían tema y en Cuba hay salsa y son cubano y esas cosas, nosotros siempre vamos como un poco atrás la verdad, México es un país muy rockero desde siempre, sí es cumbiero, pero de nuevo, o sea la cumbia hasta hace poco, siempre también había sido de estratos sociales bajos o de las clases populares, entonces lo que pegaba era gente como Caifanes, lo que había estado llenando estadios últimamente, y a últimos años era Caifanes era Interpol, eran los Pixies, era Portishead era James, los Arctic Monkeys etcétera, y decían: ¿no mames el reguetón ya salió hace 10 años y no pegó? claro que no va a pegar, las más *mainstream* pero la verdad es que artistas como J Balvin desde un principio en México son prioridad a nivel global de las disqueras no, se llevan y desde que entra a su disquera grande se le ficha como prioridad, nada más que lo usaron para trabajar en otros lados, bueno cuando lo sacaron de la independencia, yo creo que por eso no hay porque tampoco había una fe, la gente que trabaja en las disqueras grandes son personas con las que yo empecé, con las que empezó la industria musical independiente en México que es el indie, nosotros venimos del Vive Latino, entonces es ahí en el Vive Latino y en conciertos de rock donde nace la industria independiente de México, en festivales de rock como el Manifest y es la primera industria que empieza a jalar no, la industria del reguetón en esa época el reguetón estaba muy marginado, ni estaba por estar en el espectro visual y monetario del de ninguna disquera, entonces pues por eso no hay, y de nuevo, sí se tardó en haber una banda rockera que no fuera Café Tacuba, o sea hay una brecha muy grande entre Café Tacuba y Zoé o Little Jesus, menos iba a



haber alguien de parte de la industria del reguetón o del urbano, La Banda Bastón llevaba 16 años cuando se empezó a hacer alguien más conocido en el círculo independiente, y salió del *underground*, ¡16 años!

–

17. E: En México ni siquiera hubo necesidad de reprimir el reguetón como en Puerto Rico, ¿crees que fue porque no era muy vigente?
18. P: Lo que pasa es que en Puerto Rico lo prohibían, lo reprimían y quitaban los casetes porque también lo usaban como música de protesta, hablaban de los policías *ta ta ta*, que cómo los trataban los polis, y entonces eran como vándalos, sabes, así los veían y al final del día Puerto Rico no deja de ser una extensión de Estados Unidos entonces muchos de los que consumían y hacían reguetón en ese momento, empezaron a hacer reguetón que más bien fueron los transformaron el dancehall en español al reguetón, la mayoría eran negros , y entonces hablan de la policía racista -
19. E: - ¿Que tanto ponen en las diferentes plataformas de radio donde has estado reguetón independiente? –
20. P:- Pues siempre, Perreo Millennial y Viernes de Perreo siempre se ha enfocado en darle entrada al reguetón independiente, ya sea de México o de otros lados, y si nos latan las cosas comerciales, obvio, en nuestros DJ sets ponemos cosas comerciales porque sí nos gustan, no estamos peleados con eso pero si al final del día vivimos en México y también nosotros así cuando te gusta el rock no sólo escuchas los Smashing Pumpkins porque no puedes ver a los Smashing Pumpkins todos los días, te conoces tú escena del rock, en nuestro caso nos conocemos y hemos buscado y hemos explorado que le hacen al reguetón en México, porque pues obviamente no vivimos en Miami como para ir a un concierto de J Balvin todos los días y al mismo tiempo pues así como lo harías con el rock o con el pop o con la música independiente de otro sonido, encuentras joyas, encuentras artistas y propuestas con mucho talento y con mucha propuesta, que vienen de aquí de tu país, pues creemos que

también el algo que se debe de conocer, porque está muy padre todo chido la industria *mainstream*, pero pues si los artistas de acá ¿a qué hora comen? ¿entonces si no viene J Balvin entonces no puede haber un concierto de reguetón? ¿o si no es Anita entonces no podemos escuchar a otra chica reguetonera? ¿o no existen en México? solo porque esta industria es muy malinchista, de nuevo, si bien no dejan de ser latinos, no dejan de hablar en español, pero siguen no siendo de México, y que tú prefieras algo que no es de tu país es igual a ser malinchista, por más que seas latino todo bien, a mí me gusta, pero o sea arriba los latinos, pero también arriba los mexicanos, tienes que hacer tu industria funcionar. -

21. E: - La música lo que ha pasado cuando a un proceso de digitalización desde los 2000, ¿tú crees que eso ayudó al a la difusión del reguetón?

22. P: Puede ser, pero también creo que lo que también le ha ayudado es el discurso social que ha cambiado mucho y las ideas ahora son mucho más libres y la sexualidad se vive de una manera más libre, entonces más bien las temáticas del reguetón que no han cambiado porque siempre han sido las mismas, ahí siguen pero ya no espantan tanto, Latinoamérica o partes que no son caribeñas de Latinoamérica más bien, porque si el Caribe, la playa etcétera... siempre han tenido una cultura mucho más abierta, mucho más sensual y así, las ciudades y otros lados como la Ciudad de México siempre han sido mucho más conservadoras, entonces la temática lírica de este género siempre ha resultado muy escandalosa en donde predomina la religión católica y no hay tanto calor como en la playa en donde tienes más ganas de hacer “eso (sexo)” sabes, y dónde pues de nuevo, predomina la religión católica también valores conservadores, clasistas, de una sociedad que aspira a ser rico, a ser elegante, entonces cuando eres elegante no puedes hablar de ciertas cosas, el reguetón es completamente incómodo para la iglesia, probablemente no para los hombres, porque en México pues muy machista, los hombres viven sexualidad muy abiertamente, pero las

mujeres no pueden escuchar eso no pueden bailar de tal o cual manera porque eres una señorita. -

23. E: - Hablando de justo esto de que dices de la religión hay otro tema que se enmarca mucho en el reguetón, que es el tema de la cannabis, de la mariguana, ya que hay pues varias letras que hacen referencia a esto, también podríamos pensar que eso puede llegar a incomodar a la religión ¿tú por qué crees que la cannabis se asocia con tantas letras de reguetón y no otras drogas? -

24. P: - Porque el reguetón es nieto del dancehall, el reguetón es hijo del dancehall, el dancehall es un es un ritmo jamaicano en Jamaica se fuma mariguana. -

25. E: ¿Y cómo ves los prejuicios hacia ese tipo de letras?

26. P:- La verdad es que yo creo que las drogas son un pretexto para aventarle al ritmo que sea que esté de moda, o sea en algún momento los reggaes estaban de moda y decían: 'además consumen metanfetaminas' y eso y lo otro, además 'esos reguetoneros no solo hablan de las nalgas y de las chichis también monean y fuman mariguana' o sea como que les avientas las drogas como para satanizarlos aún más, es como 'hablan de la obscuridad y se pintan esos pelos, se los paran y además fuman mota y se meten cocaína, estos chavitos salen con lentejuelas al club y se meten cocaína' o sea el hecho de que sea un tabú nos hace muy juzgones de nuevo, entonces cuando vives con cierta libertad supongo como que dices : 'y además esto y además lo otro' además si existiera una educación apropiada sobre el uso y consumo de las sustancias sería distinto, sería muy distinta nuestra aproximación a muchísimas cosas, como sociedad, como del gobierno, y sólo es algo, así como te tomas una chela te fumas un porro, en lo único es que pues qué güey le das 3 por 3 jalones al porro y a lo mejor te pega, te tienes que tomar 6 chelas a lo mejor para que te pongas borracho pero eso no quiere decir que no es una sustancia que te cause un efecto. A mi si me gusta que se hable abiertamente en las letras de fumar un porro,

porque somos consumidores de cannabis igual que esos weyes, de una manera regular, diaria y que yo sí me fumo un porro con mis amigas dándome un rol en el coche, lo integras como parte de tu vida, si tu lo integras lo normalizas, la mariguana ha estado presente ahí desde siempre, no es que sea porque son reguetoneros, de nuevo viene del Dancehall que nació en Jamaica, en Jamaica pues tienes la religión de los dreads, o sea la religión del rastafari, sí es una religión, que en otros lugares del mundo los dreads es una especie de lujo, una forma de vida pero en el en Jamaica si existe o existió una religión en torno a la mota -

27. E: - ¿Crees que acá en México pues se traslada muy bien porque también se cultiva mucho acá? -

28. P: - Sí, nada más que aquí no es una religión, acá es más bien solo una actividad recreativa, la usas de manera recreativa, no hay una religión -

29. E: - ¿Por qué crees que se trasladó el gusto por las letras del reguetón que hablan del cannabis a México? -

30. P: - Pues te relacionas, no sé si tiene mucho que ver con México, pero o sea si sea algo apuntalado específicamente a México, que tenga algo directo que ver, pero bueno en México si se fuma mucha mota 100%, mucho más que en otros lados del Caribe -

31. E: - cambiándote un poquito de tema, ¿cuándo has estado en radio alguna vez te ha contactado alguna disquera, a algún representante, para promocionar algún artista de reguetón? -

32. P: - Sí, 100% te buscan, es trabajo del manager o del productor buscar espacios para promocionar un concierto o un o una artista, así como me buscarían para promocionar Ruido Rosa, me buscan para promocionar a artistas de menor peso, porque nada más hay un espacio reguetón, entonces tienen que estar casando esos espacios, me buscan mucho por Instagram, los artistas también, así de : 'hola, tengo un proyecto de tal' es la facilidad de contacto ahora, hoy en día, q así como ellos me escriben yo puedo contactarlos, o sea si yo quiero *bookear* a Tokischa o quiero buscar a Ptazeta, yo me meto al perfil de Ptazeta y ahí viene el

mail de contacto, o tal vez ella no me va a contestar pero bien el mail de contacto de su agencia o tal vez yo la contacto por Instagram para que toque no me va a contestar, tengo que escribir a su e-mail, pero ahora es mucho más fácil acercarte a algún medio o alguna persona sacada de un medio para hacer una promoción

33. E: - ¿para colocar una canción en la radio necesitas algún permiso o algo o simplemente la colocas?

34. P: - No, permisos no, no es que tengas que ir la delegación y sacarle permiso, o sea más bien pues eso depende mucho del trabajo de relación, es como fomentas las relaciones, tienes que el tema de las radios grandes es que obviamente manejan artistas de perfil mucho más amplio, entonces esos artistas del perfil más amplio los manejan la disqueras, entonces es un tema más burocrático y mucho más de relación, de 'yo soy el de Sony Italia', más bien es tú cómo te relacionas como artista, no es un permiso, y tiene que venir al caso o sea tiene que tener el corte o sea nosotros de Perreo Millennial conocemos bien a uno de los locutores de Match FM y también al director de Match FM y bien podríamos... o sea si yo quiero un programa en 97.7 o en los 40 Principales de reguetón puede que yo lo tenga, o sea puede que yo llegue y pueda presentar un proyecto, pero el reguetón que hay que poner ahí tiene que ser reguetón con el corte de esa estación de radio, que son los tops, si yo quiero meter rolas en mi programa probablemente tenga unos 6 minutos para hacerlo, me alcanza solo para una rola, pero eso es porque yo conozco ese proyecto y generalmente el locutor si decide, pero como todo en un espectro más comercial la burocracia es diferente.

-

35. E: - ¿has podido notar en la radio si hay alguna preferencia por un tipo de reguetón del público mexicano?

36. P: Yo creo que somos un país muy comercial, entonces para un antro, para un festival, para la radio, lo que vende es el reguetón comercial, pero México y la Ciudad de México son lugares con muchísima diversidad

y muchísima gente, entonces en todos lados, el pop es lo que vende sabes, el reguetón comercial es pop, entonces si hay una predilección por ese tipo de reguetón, porque es el que vende, es el que jala a la gente que tiene dinero, o sea la gente fresa, es el que no censuran porque no es de barrio, no suena tan a calle, pero sí existe, sí hay un nicho para el reguetón independiente o el reguetón mexa o vertientes de reguetón, si me dices que prefieren en un antro pues el reguetón fresa, prefieren cosas que puedan cantar a escuchar un perreo recio, un mixeo de DJ Peligro que te está sacudiendo. -

37. E: - y justamente es mucho del pop eso de cantar ¿no? ¿crees que es una cosa muy relacionada con el pop? -
38. P: - Pues sí supongo, que también no son letras tan rápidas, o sea son melodías, no sé si eso corresponde realmente al pop, o sea es muy del ser humano querer cantar, no necesariamente es de un género, vas al concierto de tu artista favorito y quieres cantar todas, vas a un antro donde hay un chingo de gente y cantar canciones en tu peda, y es mucho más probable que conozcas una canción de Karol G a una canción de Alu Mix. -
39. E: - ¿En la radio toman en cuenta las letras para difundir, te han puesto alguna restricción para difundir alguna letra? -
40. P: Afortunadamente no, en un principio como que en 90.9 se sacaban de onda supongo, la gente también se sacaba de onda, pero a veces no era la forma, o no era lo que se decía sino la forma en como comunicarlo supongo, eran ritmos que definitivamente iban con algo pero no iban con su línea editorial musical pero supongo que algo vieron que estaba haciendo bien que nunca me dijeron 'no puedes poner esto, no puedes hacer esto' claro es que nunca me dijeron nada, nunca me dijo: 'no puedes ponerle reguetón, o sea la primera vez que yo toqué en un aire libre un *dj set* me invitó un amigo que todavía trabaja ahí, y que me conoce de DJ desde hace muchos años, antes de empezar a tocar reguetón, eran muy nuevos y sí tenían esta línea muy exquisita como

muy independiente, era así como este oasis musical para los que no querían reguetón, no querían pop, era como una cosa bastante rara, y me dijo mi amigo: 'no me vayas a poner reguetón', y yo le dije que todo bien, además toco muchas otras cosas más además del reguetón, solo que ahora estoy más del lado del reguetón, hice un buen *dj set* y después de eso me invitaron a participar al Cumbiodromo que fue cuando me quedé, y cuando me pidieron hacer mi segundo *dj set* en aire libre ya llevaba yo un rato, como unos 3 o 4 meses de coconductora en el Cumbiodromo, y ahí no ponía reguetón pero sí les ponía ahí propuestas, nada de reguetón muy macizo, pero sí proyectos de reguetón que le meten a la cumbia, o las cumbias que juegan con Dembow, como cumbiatones así, y la segunda vez que me invitaron a hacer un set, me dijo este mismo amigo: 'ya pues quieres tocar este día' y le dije sí obvio, y me dijo: 'sin restricciones musicales' pero aún así yo tampoco quise poner reguetón, no por miedo sino porque es un espacio que se cura diferente entonces yo como curadora musical conozco muchos otros de mi espectro tropical y mi espectro urbano va mucho más allá del reguetón, puedo hacer un *set* que no tenga que tener reguetón y es un buen *set*, está el programa de Viernes de Nenas que es de Valeria y de Julia que me invitaron una vez a tocar y me dijeron: 'pues a ver, échate un *set* de reguetón' y yo: '¿cómo en aire libre a las 2:00 de la tarde del viernes? o sea hermana les van a quitar la frecuencia' y ahorita que está en internet pues obviamente ya es mucho más abierta a muchas cosas y muchas otras propuestas que yo, de nuevo, no estoy metiendo ahí reguetón, pero podría si quiera, y si quiero hacer un *set* de reguetón lo hago sabes, tengo con la libertad de hacerlo, quiero meter unos proyectos un aire libre que tienen que ver con reguetón pero de otra manera, nunca va a dejar de buscar los lugares pero también creo que para que la gente lo valore de la manera en que pueden valorar un Karol G tienes que presentarlo de cierta manera para que puedas no sólo apoyarlos sino también ayudar a evolucionarlo, sí invito a mis amigos a

entrevistas, pero ok ya hice un programa de radio de reguetón ok, si chido; pero ¿cómo lo voy a hacer para que vean que es igual de músico el que toca la guitarra que el hace reguetón? y si no te vas a convencer por sus letras y la canción que yo te ponga, tal vez te puedas convencer si haces una sesión con una persona no sé, y estas creencias de que nada más si hablas de ciertas cosas o tocas ciertas cosas eres músico, están super mal –

41. E: - ¿y esas creencias están muy vigentes en México no?
42. P: - Sí, porque ese es un tema de que México nos gusta mucho separar, nos gusta mucho el yo soy mejor que tú, el yo tengo los gustos mas chidos, no gusta ser así sabes, es otro pretexto para decir: ‘esta es tu música de pobres’ ¿Y qué güey? igual tú tienes una pinche gretsch de 1950 y la tocas culero, odiar el reguetón no te hace un buen músico sabes -
43. E: - ¿Para un artista de reguetón que va a incursionando y creciendo, qué ventajas y desventajas le ves que se difunda en la radio en comparación con el streaming? ¿le conviene digamos al artista que está incursionando en el reguetón meterse mucho a la radio? -
44. P: Pues te conviene meterte a donde sea que te vayan a ver, sí hay un espacio en el radio te metes al radio, si hay un espacio para que te vean en Tiktok te metes a TikTok, si hay un espacio para un programa de videos en Telehit pues te metes, buscas como meterte ahí, es la búsqueda de cualquier artista, parte de la tarea es buscar esos medios en los que tú puedes entrar, a que voy a tocarle las puertas a 95.3 como proyecto de reguetón si sé que ahí no me van a poner, porque no mejor voy a 90.9 donde ya tienen una programación un poco más en torno al urbano, y puede que alguien me reciba, pero también hay unos weyes que se llaman la Cotorrisa y están muy cagados, y pues si les mando el proyecto y si les late podemos hacer algo, tal vez no de reguetón pero bueno pues algo les interesa el urbano, tal vez no son reguetoneros pero tienes que ir buscando, por eso te digo que sigue siendo independiente,



tienes que buscar esos espacios, los espacios en los que te metes responden a la época en la que te toca vivir, ahorita muchos servicios de streaming pero la radio de alguna otra forma sigue siendo un medio y siguen siendo grande, y hay *streams* de medios muy grandes entonces más bien es eso. –

45. P: - ¿Qué personas tú considerarías clave en el equipo de un de un reguetonero muy mainstream que no se notan tanto y son fundamentales?

46. P: - Pues todos, los productores, los compositores, todos son clave, pero o sea Karol G escribe sus canciones, pero para que sea realmente exitosa pues obviamente hay otros veinte escritores, ahora también dentro de este cotorreo del urbano, de su cultura, es estar metido en un estudio, es que te caiga este güey y hacer una canción juntos sabes, y se da mucho la colaboración, hay weyes como Justin Quiles, o Mora que además de escribir canciones para ellos, son grandes compositores y que son productores , entonces Mora tenía una sesión para producir con Mariah Angeliq, y ahí en el estudio salió la letra del Makinon, y tenía una sesión más tarde con Karol G y le estaba enseñando lo que estaban haciendo, y salió, o sea si existe esa colaboración, pero pues es lo mismo o sea no porque Taylor Swift salga tocando la guitarra quiere decir que ella escribe de pe a pa todas sus letras, las letras más exitosas de Taylor Swift también tienen 15 escritores, Get Ur Freak On de Missy Elliott tiene 15 escritores, o sea el tema que hubo con Randy de Safaera en el que les quitaron un chingo de regalías, que todo el mundo cree que el 99% de las regalías se van a Missy Elliott y que ella se las gasta todas, pues no, se tienen que pagar regalías, y ella es la que menos se queda, le tienen que pagar regalías a las otras 15 personas o 7 personas que escribieron y estuvieron involucradas en esa canción, detrás de un artista *mainstream* hay y todo el equipo del mundo, detrás de una banda *mainstream* también, no porque veas a 5 tipos tocando cada uno sus instrumentos no quiere decir que no haya un equipo como detrás, el

reguetón pues está el *DJ*, está tu productor, está la gente con la que empiezas a hacer música, en el reguetón igual que en la cultura del urbano tienes al MC que rapea, tienes al *DJ*, hay *DJ's* que producen y otros no, son equipos de exponenciados, o sea que Balvin no empezó con un equipo de 50 carnales, J Balvin empezó con su *DJ* y el solo, y sí improvisaba y sí hacía sus letras, pero llega un punto donde la maquinaria es tan grande, y le tienes que pegar a tantas personas, y la inversión de la disquera es tan grande, y tienes que recuperar tanto, y eres un artista que claramente está proyectando muy cabrón, y le estás sacando mucho dinero, pues ¿como le vas a sacar más dinero? pues con los mejores escritores, con los mejores productores, entonces lo que una vez sólo producía Sky Rompiendo el Bajo ahora es con Sky Rompiendo el bajo con otros 5 productores chiquitos, nada más que Sky es el más importante. –

47. E: Si tuvieras que como que describir el momento en el que se encuentra el público del reggaetón mexicano ahora comparado con épocas anteriores
48. P: - Pues lo viven con mucho más libertad y apertura, o sea antes como ibas a ir pasando en el pedregal, escuchando a Daddy Yankee a todo volumen y ahorita si puedes pasar por el Pedregal a todo volumen escuchando Daddy Yankee la gasolina, y la gente puede ir gritando: 'a mí me gusta la gasolina' en frente del Sagrado Corazón, se vive con muchísima más libertad y con muchísima menos marginalización, los morros del Estado (de México) y la gente del Estado (de México) va al Flow Fest, están ahí en el estrato marginado en el en el Estado de México, pueden ir al Estadio Azteca a ver a Bad Bunny a las gradas, pero es un morro que está escuchando a Bad Bunny desde que estaba en Soundcloud, ¡o sea lo viven!
49. E: - tu que elementos de la cultura mexicana consideras que son importantes para que aquí se consuma reguetón, más allá de que esto que ya me dijiste de la intensidad, algún otro

50. P: - Pues todo, México es un lugar muy reventado, al mexicano le gusta el reventón, al mexicano le gusta bailar, a la mexicana le gusta coquetear sabes, al mexicano y a la mexicana le gusta el 'eso no lo hagas' y vamos a hacer eso, el cómo se vive una fiesta, y pues al final es una forma muy latina de vivir la vida, no dejamos de ser latinos, pues o sea ellos están en el Caribe y nosotros aquí, pero es la misma creencia, es el mismo tipo de enamoramiento y de libertad, no más que nosotros estamos encerrados en una ciudad, pero así como les gusta reventar en Puerto Rico, nos gusta reventar aquí, somos de cantina, no tenemos bares de playa, no tenemos malecones aquí en la Ciudad de México, tenemos pulquerías, tenemos las mezcalerías, tenemos bares, tenemos las casas de nuestros amigos, nos gusta salir a bailar, o sea si podemos bailar en la calle: ahí hay antros abiertos desde las 7:00 pm a partir de los jueves en la Zona Rosa, o sea nos gusta, somos iguales, solo tenemos los valores ciudadanos -
51. E: - ¿Tu sabes cuáles fueron los primeros lugares donde se empezó como a sonar el reguetón en México? -
52. P: - En Aragón había un antro o hay, creo que todavía existe, no sé, se llamaba El Kaos Discotheque con "K", y era de tecno, tecno chacalón, y ahí tocaba DJ Crisis, tocaba tecno y él fue el que empezó a hacer eventos de reguetón ahí y de los que empezó a hacer reguetón en México y en el Estado de México, y fue la primera vez Ivy Queen, la primera vez que vinieron a México muchísimos artistas que hoy nos morimos por ver en un Flow Fest vinieron al Aragón, hace muchos años, 15 o 20 años, así fue un tipo la primera vez que vino Radiohead a México, luego dicen: 'esta vez fue la primera vez que Ivy Queen vino a México' y no, no es la primera vez, nada más que estaba ahí en el cerro de Aragón, está el Kaos, está el Estratos, no tengo muchos clubes muy bien ubicados pero de los más importantes es el Kaos -
53. E: - ¿y este algún otro momento que consideres importante en la en el consumo del reguetón acá en México? -

54. P: - Pues la rola de Sorry de Justin Bieber, y la de Work de Rihanna, la de One Dance de Drake, porque a partir de ahí empiezan a entrar este tipo de ritmos, que no son reguetoneros, pero es dancehall, al final es dancehall, muy trabajado como muy de cajita de música pero pues es el dancehall, entonces desde que ya hay una aceptación de ese tipo de movimientos corporales y ese tipo de música en el *mainstream* en inglés, todo entra por allá, todo entra por malinchismo, o sea entro primero en inglés, tuvo que venir a decírtelo Justin Bieber, tuvo que venir a decírtelo Rihanna y tuvo que venir a decírtelo J Balvin español en un *track* en inglés para que dijeras 'entonces J Balvin sí está chido' pero ya había venido a la Ciudad de México, a un Pepsi Center sabes, y ya estaba generando ruido, pero hasta que no existió un Latino Remix en Sorry dijeron ¡ah! Hasta que Nicky Jam no salió con Enrique Iglesias; un español, no hizo reguetón más bonito y entonces es cuando ¡ah! ¡Despacito! ¡esto y lo otro!, y nada y pues si no o sea si nos gustan las cosas más chacalonas pero no tan chacalonas -
55. E: - Podrías establecer como diferentes tipos de público del reguetón acá en México como decía hay un público así otro público así -
56. P: Obvio, o sea de verdad es que a veces parece que es el reguetón por ser reguetón, pero de verdad es que eso es siempre, o sea nos gustan los batos y les morres fresas, y los batos que les gustan más las cosas alternativas, los batos más banda, entonces a la banda fresca en los 70 no le gustaba Caifanes les gustaba los Beach Boys o yo que verga sé, o sea a los morros alternativos les gustaba Caifanes, entonces a los a los morros fresas les gusta el reguetón viejito, les gusta J Balvin, les gusta el reguetón comercial, Karol G, el Guaynaa, la de Rebotas del Guaynaa será de lo más chacalón que escuchen, está la banda que le gusta la cumbia, la banda que le gusta la cumbia también le mete más al reguetón si les gusta el reguetón comercial pero les gusta, les puedes poner cosas más recias porque la cumbia también se va por ahí a veces en cuanto a temáticas y a lírica, y de dónde viene, las personas que la escuchan, y

pues está la bandita alternativa no, que son morritos que ya son muchísimos más *centennials* también es un poco dependiendo de la generación, el otro día fui a la presentación del sencillo de una morra que se llama Cocó Cecé, es de Ciudad Juárez, sí es un talentoso canta cabrón, es una morrita como más rockera más indie, y a esa vieja le mama el reguetón, se la vive en mis perreos sabes, los weyes que pusieron música antes y después de ella estaban poniéndose reguetón reguetón reguetón, es más bien en el sector del personas que te encuentres, si te gustan las cosas comerciales, si eres una persona que te gustan las cosas alternativas y de pronto vivir un poco más lo que pasa en tu ciudad, o si eres una persona que tal vez eres de barrio, y no es como por separar por clases sino más bien y cómo vives la ciudad y como es tu vida, siento que más va por ahí, o sea como siempre que está la morra o el more fresísima que está encerrado en una burbuja muy cabrón y empieza a descubrir y a descubrir y a descubrir, que se va por lo alternativo lo alternativo alternativo y llega, siempre hay, los géneros y las vertientes que existen dentro del reguetón y la música urbana en la Ciudad de México más bien siento que eso –

57. E: - ¿tú que sientes que vaya a pasar con el reguetón acá en México en un futuro crees que se vuelva conservador?
58. P: - Creo que conservador nunca va a ser, no creo que sea conservador, justamente por la base, no solamente del reguetón sino también la base de esa música y ese género que es el dancehall, porque de ahí nace, la letra y el MC nace de la fiesta, las fiestas dancehall eran como sonideros en la calle, o sea es lo mismo, en el dancehall los sonideros son *Sound Systems*, fiestas callejeras en la calle, fiestas de la cuadra, como sonideros, entonces por ahí conservador nunca va a ser porque son líricas que además de hablar de la fiesta, tienen letras sobre sexualidad muy abiertas y te invitan a que vivas tu cuerpo y tu sexualidad de una manera abierta y que tu la disfrutes, entonces por ahí ya no es conservador, bajo el constructo de alguien conservador tienes que

esconder muchas cosas, no puedes ser abierto en tu sexualidad, tienes que ser una persona propia, entrar y dormir a tus horas, vestirse de tal o cual manera, actuar de tal o cual manera, y el reguetón es todo lo contrario, entonces nunca va a ser conservador. -

59. E: - ¿y algún rumbo que te imaginas que pueda llegar a tomar?

60. P: - No sé si a México le corresponda tanto resaltar por el reguetón, aunque sí se haga y hay cosas muy cabronas de reguetón, creo que México brilla también mucho por la cumbia, México tiene su propia estrella musical y es la cumbia, más bien el reguetón mexicano y las personas que están trabajando esa industria, tanto managers como promotores y así, tendrían que terminar de amalgamarse con la industria independiente ya existente que irónicamente es la más purista de la música últimamente, siento que es como cuando los caballeros de Game of Thrones conocen a los Wildlings sabes, si se tienen que integrar o sea que siento que es lo mismo, que la escena de México que ya está independiente, que está aceitada, y que ya funciona, y que ya genera, tendría que decir, güey a ver, así como hay rock independiente y lo que no suena el rock comercial, *ta ta ta ta* así que vale la pena, lo mismo con un sonido urbano, más bien busca cuáles son los proyectos de eso que vale la pena e integrarlos, para poderlos trabajar, como que más bien se tendrían que integrar esas 2 industrias, o la industria del reguetón en México tendría que terminar de madurar, tiene buenas oportunidades, o sea hay gente que lleva muchos años trabajando tanto la industria de la cumbia, como la música urbana, como Toyselectah que tiene todos los contactos del mundo, ese güey genera muchas conexiones, que tienen que suceder, creo que el reguetón mexicano tiene un gran chance de hacer un *crossover* muchísimo más que el rock, muchísimo más que el rock pero lo que pasa es que la gente que hace la industria son muy pequeños todavía, entonces no tienen los 15 años de experiencia que tienen la industria del rock independiente en México, o sea son 15 años donde ya la hemos cagado, porque yo también vengo de esa industria, y

hemos aprendido a hacer las cosas o sea las cosas que hace Marvin ahorita no son las que hacía a Marvin hace 10 años, porque no sabían cómo hacerlo y la han cagado 1000 veces, él Vive Latino de igual manera o sea la tuvieron que cagar 10 o 15 años para que finalmente entendieran cómo hacer un festival así de masivo, entonces más bien es el reguetón tiene que terminar de madurar pero tiene que terminar de madurar rápido porque definitivamente ahorita es cuando, ahorita siento que ya hay muchísima más gente viendo México, entonces necesita madurar para que después de Kenia Os salga otra morra de aquí, se tienen que empezar a hacer presentes, y que sea una morra que sí venga del reguetón, y que venga de un barrio, no que venga de un de un programa de internet como Badabun sabes, lo que pasa ahí es que esa morra y el JD Pantoja y la Kimberly Loaiza se virilizaron por Badabun, por youtube, y le quisieron meter como artistas y como poperos ¿y por qué es el reguetón? porque es lo que está de moda, a lo mejor Kenia Os sí que es Mazatlán sí, pero no es lo mismo que si agarras una chavita que sí es de barrio, y que son muy talentosas, muchas, pero esa es lo que tiene que ser, o sea tienen que empezar a considerar a las personas que sí viven y se hacen reguetón y que si son *true*, alguien que esté hecho, porque al final quieras que no, si Kenia Os está hecha, o sea Kenia no creo que escriba sus *flows*, Kenia no creo que haga mucho, pero es una gran intérprete, puede ser una gran artista, es muy buena figura en el escenario, y está bien es otro tipo de forma de ejecutar tu arte, no todos tienen que ser raperos, pero bueno para darle una validez de lo que es, el reguetón que es un ritmo de barrio, no es un ritmo hecho, tendría que haber alguien aquí, los artistas tienen que madurar rápido, es lo que tienen que hacer, madurar muy rápido, y hay muchos, pero ahí es las disqueras, las agregadoras. –

61. E: Muchas gracias por la oportunidad Paulina, ¡suerte!

Entrevista 3MO\_15/06/2022

Entrevistado (nombre artístico/nombre legal): Mucha Onda/Jesús Daniel Hernández

Síntesis Biográfica del Entrevistado: Daniel Hernández mejor conocidos en el campo de la música como Mucha Onda es un DJ y conductor de radio mexicano de música urbana que se especializa en reguetón, es fundador del colectivo Perreo Millennial, y ha logrado presentarse en festivales como Trópico, EDC, Bahidorá (Perreo Millennial, 2022) es egresado de la carrera de Comunicación y Periodismo de la FES Acatlán, UNAM. Participa en los programas de radio Club Cadera en Aire Libre FM, y es organizador de eventos y dj de Perreo Millennial y Salón Perreo (Mucha Onda, 2022)

Entrevistador: Emiliano Solís García

Fecha de realización: 5/06/2022

Presencial/ Virtual (Zoom): Presencial, Café Amanda Manda, Acapulco 13, Colonia Roma Norte, Ciudad de México

Leyenda:

M: Mucha Onda

E: Entrevistador

1. E: - Hola MuchaOnda cómo estás, primero que nada, quiero agradecerte por darnos la oportunidad de hacerte unas preguntas y de estar acá contigo, y bueno primero que nada quería preguntarte por tu apodo, ¿de dónde viene, cómo salió?
2. M: Gracias por buscarme, por tomarme en cuenta para esta investigación que esperemos sea prolífica, y me apodo pues justo viene de un ambiente académico, porque yo estudié comunicación en la FES Acatlán y en algún semestre, no recuerdo qué materia era, pues era algo como de medios o así, el proyecto fue hacer un medio de comunicación, una



página de internet, un blog, una revista, algo, y yo hice una página de internet con unos amigos, que se llamó muchaonda.tv, o sea el dominio www.muchaonda.tv y ahí hacíamos pues reseñas de discos y íbamos a fiestas, reseñábamos las fiestas, tomábamos fotos de fiestas, fue un blog que empezó a tomar pues aire en lo que duró el semestre, bueno en realidad los semestres en la UNAM son como cuatrimestres, pero pues empezó a jalar chido porque yo ya me ya me empezaba a involucrar en las fiestas de la ciudad, entonces pues ya a la banda le gustó, pero cuando termino el semestre pues mis amigos dijeron como: 'chido pero pues ya pasamos la materia, *bye*' dije 'ah va', la verdad a mi me gusto como adentrarme en ese mundo, del de los medios y de ir a las fiestas y hacer coberturas y así, y entonces como que la banda de fiestas y festivales me empezaba a topar, o sea ya me empezaban a acreditar a festivales; Ceremonia, NRMAL, Vive Latino y cuando era la hora de las entrevistas pues nadie recordaba mi nombre, o sea no sabían que me llamaba Daniel, solamente ubicaban el nombre del medio y a mí me empezaron a decir MuchaOnda y ya, o sea pues el medio duro como 2 años, cuando ya no me dio tiempo de seguir alimentándolo, fue un poquito como cuando empecé mi proyecto de *dj* y de Perreo Millennial, entonces necesitaba un nombre de *dj* y dije bueno, pues si la banda ya empieza a ubicar como MuchaOnda, pues ya MuchaOnda va ser mi nombre de *dj*, y entonces pues ya o sea se quedó, espero que no para la eternidad pero para un rato, entonces en el mundo del radio, del reguetón, me conocen como MuchaOnda. –

3. E: - ¿Cómo fue el proceso para convertirte en *dj*?
4. M: Mi primer acercamiento hacia el mundo de las fiestas y del entretenimiento de la ciudad fue a través de mi página, o sea de los festivales, pero casi al mismo tiempo que yo empecé con mi con mi proyecto que me ha reconocido en el mundo del reguetón se llama Perreo Millennial también empecé a colaborar en Ibero 90.9, o sea eso fue como pues como 2 o 3 semestres antes de que yo saliera de la carrera, ya me

empecé a meter al radio, y ahí estuve colaborando un rato y en el primer en el primer año que empecé a colaborar me dieron mi primer programa de radio, que era mezclando o sea yo hacía los *dj sets*, salía a las 2 de la mañana del viernes para sábado y entonces pues ahí fue también como cuando me dijeron ok, me aprobaron el proyecto y es como 'pues vas' yo en realidad no sabía mezclar mucho, o sea apenas empezaba como va a haber tutoriales y así, entonces ahí ya fue cuando necesitaba un nombre de *dj*, entonces pues fue como ah bueno pues MuchaOnda, mi participación en Ibero fue que empezó casi el mismo tiempo que con lo del Perro Millennial, entonces fue como de, bueno pues ya MuchaOnda y de ahí agarro agarró vuelo

5. E: - ¿Alguien influía en la música que mezclabas? –
6. Y: -Yo escogía, o sea afortunadamente siempre me he encontrado con la gente que ha creído y confiado en mi criterio musical, que pues bueno para ese entonces también pues era muy nuevo, entonces también creo que por eso, mucho por la novedad como que tampoco había alguien que me dijera como esto sí o esto no porque era algo nuevo, entonces pues yo era el que sabía de eso, no alguien que estaba allá del otro lado no, entonces pues ese primer programa sí tenía como guiños y coqueteos hacia el reguetón pero no era *full full* perreo o sea era mucho trap en español, era mucho global bass, o sea como trap también, entonces eran como esos guiños hacia el reguetón y si había de repente ahí algo de reggaetón pero no era *full full*
7. E: - ¿más o menos qué año fue esto? -
8. M: - Fue a finales de 2016 principios del 2017 fue el primer del programa de radio que tuve ahí, fue justo también cuando empezó Perreo Millennial, que este año (2022) cumple 6 años, entonces yo en Ibero también ya tenía 6 años colaborando, digo fue como 2016-2017
9. E: - Precisamente eres de los de los fundadores de Perreo Millennial, sí me puedes contar un poco más a detalle cómo lo fueron construyendo, cómo se fue consolidando poco a poco y qué es hasta la actualidad -

10. M: Perreo Millennial comenzó literal como una fiesta de cumpleaños, o sea para celebrar mi cumpleaños y el de la otra chica con la que comencé Perreo Millennial, que se llama Patricia Castellanos, todo el mundo le dice Pat, pero bueno su nombre de *dj* es Sugar Mami no, entonces a ella la conocí un año antes de que empezara a Perreo Millennial, cagadamente nos conocimos en un perreo no, donde estaba Pablito Mix, ahí en un antro de la Roma, que es uno de los primeros centros de reguetón de la Ciudad, se llamaba El Bronx, estaba sobre Monterrey, y ahí nos conocimos, nos llevamos chido, empezamos a pues a seguir saliendo de fiesta y habrá sido como agosto me dijo 'ah oye pues va a ser mi cumpleaños, no sé qué hacer', le dije 'ah pues también el mío' el mío el 30, el de ella creo que es el 13 de septiembre, y ya pues dijimos pues dijimos vamos a juntar los cumpleaños, porque yo desde que cumplí 17 empecé a hacer fiestas de cumpleaños siempre siempre siempre y en ella ese entonces se dedicaba a *bookear* lugares, o sea como que conseguía eventos para lugares, entonces pues siempre le estaban ofreciendo muchos lugares no, y en ese entonces apenas si abrir uno que estaba en la en la Zona Rosa en la calle Niza, era Niza 40, y apenas lo iban a abrir, se lo prestaron a ella para que justo hiciéramos nuestro cumpleaños, y pues la verdad era un foro muy chido, pero pues ya como que en el temblor del 2017 se resintió, y lo cerraron un rato, y apenas lo acaban de volver a abrir, pero pues nada o sea nuestra fiesta la hicimos allí en Niza 40, era una fiesta que esperábamos que iban a ir pues 80 o 100 personas máximo o sea ya exagerando, o sea mis amigos y sus amigos pero pues a la mera hora pues llegaron como 250 o 300 personas, afortunadamente el lugar era muy grande y había donde entraran, pero pues o sea fue algo sin pensarlo no, o sea incluso desde el nombre, o sea el nombre Perreo Millennial porque en ese entonces como que sí estaba muy fuerte la gente entre que si le gustaba y no le gustaba el reguetón, según yo ese fue un año en el que en el que salió el disco de J Balvin, el de Energía que para mí es uno de los discos más

más importantes del reguetón porque ese disco fue el que hizo que la gente dijera como: 'ah ok entonces el reguetón no está tan chaca entonces el reguetón no está tan malo, el reguetón no es de pobres, del reguetón no es marginal, o sea para mí ese disco sí puso al reguetón en otro mapa, un poquito en el mapa *mainstream* en el que está hoy en día; y entonces por esos años como que estaba muy muy *trendy* el reguetón y también en los medios hubo como una ola de ataque como hacia la Generación Millennial, o sea no sé si recuerdas que era como que en las noticias empezaba a haber un buen de artículos no, como los *millennials*, la generación que no tiene futuro, o la generación nini, o todo es por los *millennials*, entonces fue como ah pues sí pues está el reguetón perreo no, y ahorita está el pedo de los *millennials* entonces Perreo Millennial, entonces pues ahí fue algo igual que no lo pensamos así mucho no, fue de que en una sentada y ya, porque de nuevo era el nombre de una fiesta de cumpleaños, no era el nombre de un proyecto que iba a durar 6, 7 años, lo que lleva hoy en día no, entonces pues empezó así, la fiesta sucedió bastante bien no, la gente se la pasó súper chido, tanto así que o sea pasaban semanas y banda *random* que fue la fiesta o sea amigos y amigos de amigos de amigos nos empezaron a decir que cuando hacíamos otra, y otra, y otra, y otra porque pues también en ese entonces no había tantos perreos en la Ciudad de México no, o sea y perreos ya como con este enfoque pues *trendy* no, como chido, en un lugar bien, o sea con las posibilidades de hacer una fiesta bien no, o sea sin precariedades como se tenía pensado que tenía que ser una fiesta de reguetón, entonces pues ya dijimos bueno pues si la gente le gustó y se la paso chido pues y además es algo que nos gusta a nosotros, pues vamos a darle un sentido al proyecto y pues vamos a empezar a hacer fiestas de reguetón promoviendo artistas, o sea artistas que nos gustan a nosotros, y un poquito como que el plus de Perreo Millennial fue que empezamos a traer artistas de reguetón, o sea pero ya en forma y fuimos como de los primeros, sino los que los primeros en empezar a traer

artistas de reguetón internacionales, o sea nuestro primer aniversario fue una fiesta de 2 días; viernes y sábado, el viernes trajimos a Kinder Malo y Pimp Flaco que de hecho este año se presentan en el Flow Fest y también un al siguiente año de que los trajimos nosotros los trajeron para Ceremonia, pero nosotros fuimos los primeros en traerlos no, también eso fue el viernes, y el sábado trajimos a Ms. Nina y a La Fabi, vamos aquí Ms. Nina pues también es una de las reguetoneras pues como que más *trendy* y eso fue uno de los plus de Perreo Millennial y por lo que se distinguió en su momento, entonces desde ahí pues empezó a crecer el proyecto, empezamos a hacer fiestas en lugares grandes, en clubes también, al mismo tiempo teníamos otra fiesta que se llamaba 01800-Perreo, qué bueno esa era una fiesta que empezó en Torreón, luego la llevaron a las ciudades de Monterrey y Guadalajara, y cuando las hacían en Ciudad de México las hacían con nosotros con Perreo Millennial, y de hecho también otro como de los momentos importantes y fue así como que todo el mundo se sacó de onda fue que hicimos un perreo ahí en Rodesia, o sea cuando Rodesia pues era uno de los clubes también como más famosos, más *trendy* de la Roma y de la ciudad, y cuando anunciamos que íbamos a hacer un perreo ahí la gente se sacó de onda no, ya sabes la gente de Rodesia o de la Roma o que frecuenta esos lugares son como: 'no pinches nacos, lo que hacen para comer' y ya sabes, todavía no existía esta apertura, que pues bueno o sea hoy Rodesia ya no existe, pero existe Bar Oriente que es lo mismo, y pues les pones perreo en Bar Oriente y todos se vuelven locos, pero bueno esto fue 2017 2018, estuvo increíble, o sea todavía en Rodesia tenían los 3 pisos habilitados, y la fila le daba como dos vueltas la a la glorieta de la Diana, estuvo super chido y bueno Perreo Millennial nació así, nos convertimos en una promotora de fiestas, empezamos a traer artistas, otra de nuestras fiestas más chidas fue Jardín Juárez, nuestra última fiesta en Jardín Juárez antes de la pandemia fueron 1500 personas, esa madre ya parecía festival y durante la pandemia pues estuvimos

lanzando o música original, o sea nos convertimos en disquera, empezamos a promover artistas nacionales, y ahorita tenemos un club, bueno un club pequeño en la Juárez, está en la calle de Versailles 6,4 se llama Salón Perreo, pues esa ha sido un poquito la historia de Perreo Millennial, y bueno como en el tercer aniversario, ¡ay no te he contado lo del radio!, en el tercer aniversario Esa Mi Pau ya se incluyó como parte del colectivo, o sea porque pues al principio nada más éramos Paty y yo, pero como yo seguía en el radio, en algún momento me dijeron ‘oye pues vamos a cambiar la parrilla, estamos agrupando algunos programas, porque pues tenemos programas como la rock acá y de rock allá, si los juntamos pues puede ser algo más chido, es que yo tenía también otro programa de rap y hip-hop, y Esa Mi Pau tiene los Viernes de Perreo, chance y si los contactamos podrían hacer Viernes de Perreo Millennial, y entonces pues ya fue que conocí Pau, y a partir de que empezamos ella y yo a trabajar en el radio y hacer este programa, pues dije como esta morra está en el mismo canal que nosotros no, o sea hace fiestas, hace radio, es *dj* o sea pues literal lo mismo que somos nosotros no, y entonces yo la empecé a invitar a tocar a los perreos, o sea a Perreo Millennial, y ya pues poco a poco como que le fue gustando la vibra y así, para el tercer aniversario trajimos a Princesa Alba, una morrita de Chile, que también ya tocó en el Flow Fest y todo, o sea como que si tenemos ahí un oído importante porque o sea porque ponemos artistas que no están en el radar de México, los ponemos en el mapa y a partir de eso otras promotoras se dan cuenta que están chidos y los jalen a sus eventos, entonces Pau tocó en el tercer aniversario y creo que a partir de ahí le dije así como ‘oye pues hay que hacer fiestas no, o sea pues jálate para acá’ y ya fue que empezamos a hacer las fiestas de Jardín Juárez, empezamos a trabajar ya más en conjunto y los unimos fuerzas y nos ha ido bien afortunadamente. -

11. E: - ¿Considera que el reguetón nacional puede ser como considerado una música independiente? -

12. M: - Yo creo que el rubro de la música independiente, o sea no específicamente el reguetón mexicano, sino pues el reguetón colombiano, el reguetón argentino, el reguetón puertorriqueño existirá como independiente desde el rubro en que lo desarrolles, el hecho de ser independiente se refiere específicamente a tú cómo haces tú proceso de creación y de distribución, o sea si tú eres *dj* Pepito o Pepito Flow y tú haces tu música independiente, tú en tu estudio lo produces y tu con tu propio equipo de *marketing* lo distribuyes, y tú no dependes de ninguna instancia internacional o de ninguna disquera transnacional eres independiente, seas reguetonero mexicano o reguetonero peruano, o sea o sea si eres independiente desde el punto en el que tú haces todo tu trabajo, o sea pero si vas y firmas ya con Universal, Sony o con Warner se acaba el hecho de independiente, o sea creo que no depende mucho de la nacionalidad de origen –
13. E: - Cuando pasan a ser como pues a hacer contratos y convenios con los sellos discográficos, con algún representante de peso, ¿tú consideras que ese trabajo en tiene el mismo valor que el de un artista independiente? -
14. M: -Yo creo que alguna de las ventajas de ser un artista con el respaldo de una disquera internacional es que tienes ese valor agregado de que ya te vio alguien, como alguien de la industria que creyó en tu proyecto no, ese es uno de los valores agregados que también alguien te dirá cómo: ‘pues yo no necesito el reconocimiento de ningún *mayor*, de nadie de la industria, mi valor está en mi música y en mi proceso creativo’ y ambos puntos de vista son válidos, yo tampoco creo que valga más la canción de J Balvin que la Pepito Flow, también depende mucho del esfuerzo que le imprimas a tu trabajo no, de la energía, de la creatividad, del valor que tú le agregues a tu propio trabajo, o sea sí hay muchos artistas independientes que están haciendo cosas chidas allá afuera
15. E: - En tus diferentes experiencias ¿has notado prejuicios de la parte independiente hacia los más más grandes en cuanto a fama? porque

regularmente lo vemos como no sé cómo de éste el *mainstream* y éste no.

16. M: - Tal vez no prejuicio pero pues sí, o sea siempre se ve o se vive como este hecho de decir, o sea yo artista independiente afirmo que puedo hacer algo más algo más chido que lo que está ahí afuera en el *mainstream*, sí existe eso, como de 'ay yo lo puedo hacer mejor' y está bien no, como en un sentido de aspiracional, creer yo lo puedo hacer mejor que ese *wey* y demostrarlo no, o sea no nada más como que quede en ti y realmente no así como cruzado de brazos como: 'yo lo puedo hacer mejor' bueno pues hazlo no, y hay banda que sí lo hace, y hay otros que pues 'nada pues luego... luego... luego..' pues nunca lo haces no, si vas a hablar pues demuéstalo no-

17. E: - cuando has estado en la radio ¿qué tipo de reguetón ponen?

18. M: - Pues dentro de los medios, o bueno específicamente del radio, afortunadamente yo estudié comunicación porque quería hacer radio, o sea ese es el único motivo por el cual estudié comunicación, y en mi mente yo me veía haciendo radio como de rock no, estar presentando canciones de los Babasónicos, Café Tacuba, o no sé, por qué era lo que en ese entonces me gustaba, pero pues la misma vida me fue me fue llevando, me fue llevando hacia el radio y hacia el radio de reguetón, cuando me juntaron en el programa con Esa Mi Pau no fue mi idea que se llamará Viernes de Perreo Millennial fue la misma gente de 90.9 que ya habían visto mi proyecto de Perreo Millennial, que me iba bien, ellos mismos fueron los que propusieron que se llamara Viernes de Perreo Millennial, entonces pues ahí dije como ah bueno pues igual y no estoy presentando rolas de los Babasónicos pero si estoy presentando rolas de Bad Bunny y y también como por la novedad o por la premura de cómo llevo el reguetón o cómo está llegando, porque yo según yo no ha llegado fuerte, o sea fuerte de la manera en que debería de llegar el reguetón a México, tanto como en la música o en los medios, pues no había nadie que supiera no, que estaba bien o que estaba mal o que debería de sonar



en el radio de reguetón, o sea entonces pues como que todo era mi criterio sabes, afortunadamente creo que esto ha sido un criterio bueno hasta el momento, no ha habido queja y qué te digo pues al principio no era tanto reguetón, era trap, era como como cositas más del universo electrónico latino, pero ya cuando por ejemplo en el Viernes de Perreo Millennial si tratábamos de que no fuera pues reguetón comercial, o sea si había algo muy chido de Balvin pues bueno poníamos a J Balvin, pero le dábamos la vuelta y pues ponemos artistas; ahí sí artistas independientes de reguetón de República Dominicana, de Argentina, de Perú, de Chile, o sea tratamos de no irnos como por el lado *mainstream* porque de alguna manera si ha estado el reguetón ahí, porque en otras estaciones de radio no, más comerciales, pero pues nada o sea te presentan J Balvin, Maluma, Bad Bunny y nadie te habla de eso no, o sea te lo ponen y ya como: 'eso fue lo más nuevo y es J Balvin' y ya no, 'y pasamos con la siguiente canción' entonces también para nosotros es cómo aprovechar ese espacio que eran 2 horas a la semana, o sea los viernes, y era como de tenemos 2 horas no vamos a hablar de J Balvin que tiene 20 millones de seguidores en todo el mundo no, o sea mejor hablemos de Mula que son 3 chicas con una banda de reguetón de República Dominicana y que apenas están despegando, ese al menos fue el criterio para ese proyecto, yo creo que también la selección y la curaduría musical depende mucho del medio o para qué plataforma se presente porque este este criterio que te estoy platicando ahorita es para 90.9 que pues es una estación de radio universitaria sin muchas aspiraciones comerciales, sino más como de cosas que te nutran no, entonces pues por eso este criterio era para acá, pero por ejemplo también hace poco fuimos parte de un proyecto que se llama Yo Mobile, teníamos una estación de radio que se llama Pégate que era 24-7 de reguetón y ahí sí nos pedían que el criterio musical fuera como top 40, o sea lo más pegado en Billboard, lo más pegado en los charts, lo más viral de México no –

19. E: - ¿Y cómo se los dicen? -
20. M: - Pues el encargado o el director de contenidos musicales, pues nos da un *brief* no, no nos dan una programación, o sea no nos dicen para las 3 vas a poner esta, a las 3 y media esta, que hay otras estaciones de radio que sí, y no digo que esté mal, también pues son las maneras de trabajar de cada estación, o de cada plataforma, pero al menos por acá nos dijeron aquí queremos que suene pues lo más literal, lo que está sonando en todos lados, en todas las discotecas, en los *charts* de Billboard y ahí por ejemplo pues chido tu proyecto de la República Dominicana pero aquí lo que queremos es que suene esto, porque la gente quiere estar escuchando y cantando cosas que ya se sepa, y ahí estuvimos ahí estuvimos 2 años pues programando top 40, el criterio depende del medio para el que estés trabajando
21. E: - La música desde que a raíz de 2004-2005 se está digitalizando, cada vez se digitaliza más ¿crees que eso ha ayudado a la difusión y a la consolidación del reguetón? -
22. M: - Sí, y no solamente del reguetón, si no pues de todos los géneros, la digitalización y la entrada de las plataformas al cómo se consume la música hoy en día llegó a acelerar procesos no, antes piensa en tu banda favorita de rock y sacaban un disco y pasaban 2, 3 o 4 años para que la banda sacará a otro disco, y la gente se emocionaba, o sea piensa ese proceso ahorita y es imposible, o sea tu artista de nuevo independientemente de del género, o sea sí principalmente el reguetón porque ellos creo que si tienen un ritmo de más acelerado de creación y consumo, pero piénsalo o sea tu artista favorito de reguetón no puede hacer eso, o sea no puedes sacar un disco y desaparecerse 3 o cuatro años, no se puede, entonces hoy en día pues según yo la mayoría de los artistas de reguetón sacan una rola o cada semana, o cada 2, o cada 3 semanas, siempre están sacando rolas y rolas, y es también por eso que pues logran posicionarse más rápido que otros artistas, yo creo que sí ha ayudado a posicionar a los artistas de reguetón, o al género y tal vez más

que otros, porque ellos han sabido leer este esquema y por eso te digo y están ahí o sea sacando rolas y sacando y sacando y sacando y sacando, o sea se han adaptado muy bien a este formato en el cual siento están muy presentes o sea en todas las plataformas, o sea para que el algoritmo empiece a trabajar tu perfil y te empieza a mostrar en los perfiles de todos los usuarios de spotify, por mencionar una de las tantas plataformas que hay no, entonces pues a eso, o por eso es que también todos los reguetoneros tienen números absurdos en cuestiones de reproducciones en sus canciones o sea tienen ya o sea números muy absurdos, o sea de que tu canción que salió hace 24 horas en 24 horas ya lo vieron 10 millones de personas, o sea tienes 10 millones de *views* en YouTube, tienes 5 millones de reproducciones en Spotify, o sea son números como irreales no, yo soy muy clavado como de los números, me gusta ver cómo suben y bajan artistas dentro de Spotify porque es la plataforma que más consumo y ahí o sea te metes a la biografía de un artista y hasta abajo en su biografía hay como una marca de agua, donde te dice en qué número está ranqueado ese artista no, como de los más escuchados del mundo, entonces pues por ejemplo a mí me gusta mucho Bad Bunny y ese güey ahorita está como en el artista número 6 más escuchado del mundo, porque ya tiene como 55 millones de escuchas mensuales, o sea imagínate que 55 millones de personas te están escuchando al mes, y eso multiplícalo por 12 o sea en un año, son una cantidad absurda de gente, prácticamente todo el mundo te conoce, o sea Harry Styles que también me gusta mucho está ahorita como de número 3 y tiene como 70 millones de escuchas mensuales, o sea 70 millones de personas están escuchando tu voz y lo que haces al mes, entonces es como un ritmo muy acelerado que creo que los reguetoneros se han adaptado bien

23. E: Alguna vez en Viernes de Perro Millennial los ha contactado alguna disquera, o alguna plataforma, algún representante de algún artista para promoverlo

24. M: Eso es muy muy normal o sea por el mismo hecho de que pues estando en el radio nosotros fungimos como un medio de comunicación para dar a conocer un proyecto, pues obviamente estamos en contacto con muchísimas personas como promotores, managers, disqueras, festivales, o sea pues sí nos contactan de todos lados para presentar sus propuestas, y de nuevo porque pues el Viernes de Perreo Millennial fue el primer programa de reguetón especializado de radio en la Ciudad de México no, y cuando terminó el Viernes de Perreo Millennial que fue que Pau se salió de 90.9 para ir a para trabajar en Aire Libre me quedé yo con el programa, solamente que nos pasamos a los sábados y se llamó Perreo Millennial, y ahí lo mismo o sea seguíamos siendo el único programa de radio especializado, y es que no hay muchos, aunque pareciera que el reguetón es algo gigante en el mundo, en México sigue siendo algo muy pequeño, y es muy contrastante porque pues México es la plataforma internacional para despegar tu proyecto, o sea muchos artistas ya ni siquiera quieren llegar a Estados Unidos, o sea quieren venir a México, porque aquí está todo, aquí están las disqueras, aquí están las relaciones, aquí están los promotores, aquí están los festivales, o sea el festival más grande de reguetón en el mundo que es el Flow Fest se realiza aquí en la Ciudad de México, o sea es como un contraste no, o sea como que como que todo pasa en México pero no pasa para los mexicanos, o sea no para los artistas mexicanos.
25. E: Por ese tema de te quiero preguntar, ¿por qué crees que la ola del reguetón no ha llegado aún tan duro acá en México, por qué en Puerto Rico para una gran parte de la población es casi una religión no, o en Miami que la música que predomina es reguetón no, o no sé en Panamá que fue un país que también pegó y se produce muchísimo, y que también se producen muchísimo, y acá o sea se escucha y lo que quieras pero por ejemplo no tenemos una figura así que tú digas ésta es de la misma popularidad, de Maluma o J Balvin no, o de diferentes artistas, no

hay acá en México una figura así ¿por qué crees que la ola de del reguetón ¿por qué crees que pasó eso?

26. M: Yo creo que es un proceso que está por suceder en México no, o sea si bien ahorita pues el boom de reguetón ahorita está en Chile, o sea de verdad hay muchos muchos muchos regueteros chilenos, en Argentina hay una ola de trap muy fuerte o sea traperos allá de números enormes, en Colombia también ahorita hay un hay una ola también muy grande de reguetón, y en México no tenemos todavía esa figura porque, de nuevo, es un proceso por el cual México todavía no ha atravesado, o sea las fiestas de reguetón en serio en México tendrán unos 5 o 6 años, o sea y las fiestas de reguetón son como los detonadores de esos artistas, bueno de esos futuros artistas, o sea cuando tú creces yendo a fiestas de reguetón tu como una persona o tú como un asistente al perreo vas y te das cuenta de que 'ah esto me gusta no' y eso toma un proceso de darte cuenta que tú también puedes dedicarte a eso, o sea cómo decir 'ah ok o sea entonces yo también puedo ser reguetero' Maluma salió de estas cosas no, Bad Bunny salió de este tipo de fiestas, entonces pues si las fiestas tienen 5 años realizándose en la Ciudad de México, o sea es un proceso por el cual tú como persona dices 'ah ok entonces voy a empezar mi proyecto, voy a empezar mi proyecto como artista' y entonces desde que te das cuenta de que tú te puedes dedicar a eso, pues te toma 1, 2, o 3 años, entonces tomas la decisión y dices 'ah ok, bueno entonces ya tengo mi carrera como artista' pero pues también para que despegues como artista ya sabiendo y teniendo muy claras las cosas de cómo se desarrolla una carrera artística pues te tomará 5 años en convertirte en un artista respetable no, es un proceso muy lento y eso tomando en cuenta de que tuvieras un manager y una disquera y todo, o sea que te que van a saber llevar tu carrera, pero pues estamos hablando de artistas independientes, entonces pues eso tal vez tome el doble de tiempo no, con una disquera tu carrera puedes pegar en 5 años o sea imagínate sin disquera tal vez en 10, entonces pues es un proceso más

largo todavía, por el cual pues apenas estamos atravesando, y apenas empiezan a vislumbrar como 'ah esta morrita puede ser, ah este morro también tiene talento' y ahí van y ahí van despegando sus números pero pues de aquí a que sean como unos exponentes internacionales pues si les falta un rato, unos cuantos años, depende también de cómo cada quien mueva sus piezas no, o sea es como es como un juego de ajedrez, tienes que mover tus piezas, y tal vez a lo mejor tú moviste chido tus piezas y así ganaste no, pues no sé o sea pueden pasar de 3 a 5 años, y eso también dependiendo de cómo se desarrolla el género, a lo mejor el reguetón pierde fuerza, o a lo mejor agarra más, yo creo que ahorita el reguetón entró en un punto en el cual ya no va a crecer exponencialmente como lo ha hecho en los últimos años, pero se va a mantener, y va a seguir siendo lo que es hoy en día. -

27. E: - ¿Toman algún criterio en la en la radio para para difundir el reguetón, o sea que pensando más en el público no, o sea dicen como bueno este reguetón le puede gustar a la gente, este no, o lo escuchan ustedes y dicen este va, o no va, o cómo es ese proceso? –

28. M: - Depende mucho de la estación de radio o del medio para el que estés trabajando, por ejemplo en 90.9 el criterio era muy que sonara bien, que tuviera como un valor agregado no, que fuera nada más el típico reguetonero de 'yo soy el más vergas wey' no me tienes que decir que eres el más vergas para que yo sepa que eres el más vergas no, o sea creo que dentro del género puedes exponer otras cosas, otros valores, que no tenga que ser a huevo como 'yo soy el más chido' pero por ejemplo para otros o sea para Yo Mobile el criterio era como de nuestros artistas importantes, trascendentes para el género, artistas grandes no, o sea con números muy chidos no, esos podrían ser un poquito los criterios, pero nunca perdiendo de vista que sea un buen producto, o sea que suene bien, que conecte con la gente, que promueva cosas chidas no

29. E: -Sobre las letras, ¿hay alguna letra que ustedes hayan dicho esta letra no va, o está es como delicada que la pongamos, o eso nunca pasa? -
30. M: - No se va a negar el hecho de que algunas rolas, algunas letras de canciones de reguetón son demasiado explícitas, pero creo que también algo que es importante es quién está detrás de las letras, y cómo es esa persona como artista no, o sea por ejemplo sí hay ciertos artistas que pueden llegar a tener como denuncias no, como de abuso o cosas así, y puede no estar hablando de eso en sus letras no, yo cuando se de algún artista que ya tiene denuncias o qué salió por violencia o así, o sea yo si dejo de tocar su música no, o sea independientemente si me guste mucho o no, o sea yo no me guío tanto por las letras, sino por quién está detrás, ya sea la persona o el personaje, esté detrás. -
31. E: - ¿Qué opinas como de estos prejuicios que hay acerca de como de las letras del reguetón, de que incitan a las drogas, que son machistas, o incitan a un mal comportamiento a los jóvenes? -
32. M: - Yo creo que nos tocó vivir una etapa de demasiada libertad y de demasiada exposición a través de las redes sociales, afortunada o desafortunadamente estamos súper conectados por todo, yo creo que depende mucho también como del criterio y de que de que tú como persona estés preparada para digerir eso no, o sea nadie te va a decir que escuchar no, es que también me cuesta mucho trabajo como darlo a entender, para mí es como tan natural güey, o sea yo me dedico a este a este cotorreo y estoy escuchando reguetón 24-7, pues para mí es como muy natural y a veces me cuesta mucho trabajo como darlo entender a la gente que no le late, es como goei si esa letra te parece muy fuerte pues cambia de canal no, o sea pagas tú spotify premium o bueno si no lo pagas te tendrás que aventar los comerciales, pero pues güey tienes una biblioteca de no sé cuántas millones de canciones y no todo es reguetón sabes, o sea si te parece demasiado fuerte pues no lo escuches, y si eres padre de familia y a tu hijo le gusta el reguetón pues dale la educación necesaria o hazlo entender de que no todo lo que

escuche en el reguetón es verdad no, o sea hazle saber que es una canción de un artista que vive de eso, y que la realidad del morrito no tiene que ser la misma realidad del reguetonero no, o sea como todo depende mucho de los valores y de la educación que tú le des a tu hijo o a la persona con la que estés conviviendo, o sea la educación es como lo primordial y el hecho de hacerlo entender no, o sea es como antes decían de las caricaturas, o sea que las caricaturas tienen demasiada violencia no, específicamente las de los noventas no, pero pues güey o sea pues más bien ahí la responsabilidad están tus papás de hacerte saber que si te cortan un brazo no te va a volver a salir güey, o sea no te vayas a cortar un brazo, es una caricatura, es una ficción, el reguetón también o sea no deja de ser un mercado no, o sea seguro y hay mucha gente que le cuesta trabajo entender eso no, te digo yo vivo 24-7 del reguetón y pues para mí es muy natural pero ahí vamos. -

33. E: - ¿Cuándo crees que en México empieza a asentarse con más naturalidad del reguetón, la ola del reguetón, como que la gente lo empieza a escuchar más sin estar escondida, cuando tu dirías que en México empieza como a naturalizarse? –

34. M: - Pues en el 2016 2017 como por esas fechas fue que se lanzó el disco de J Balvin el de *Energía* donde ya ponen al reguetón ya en un plano pues ya super *mainstream*, comercial, fuera de esta ideología de que el reguetón está como marginado, o sea 2016 2017 es cuando ya, que es justo también cuando J Balvin empieza a colaborar con Justin Bieber, también esa colaboración es muy particular porque ya, o sea ya no estás hablando de cualquier artista, estás hablando de Justin Bieber que pues en ese entonces venía saliendo como de ser el icono de los morritos para convertirse en el ícono de los ya como de las morritas no, o sea ya no ya no eres morrito de secundaria sino ya morito de prepa o universidad, entonces pues también como que pone en el mapa como todo el mercado latino no, porque incluso el remix se llama *Latino Remix* no, entonces ahí es cuando ya empieza como todo este orgullo de ser



latino no, el *Latin Pride*, y ahí es justo en el 2016-2017 cuando empieza a hacer todo como todo este *boom*. -

35. E: - ¿Cómo distinguirías en el momento del reguetón del país? ya han pasado como unos 5 años desde lo que me dijiste de su aceptación ¿cómo describirías su actualidad?
36. Desafortunadamente casi todo sigue estando centralizado en la ciudad, pero de nuevo no, como que todo pasa en la Ciudad de México pero no pasa para los mexicanos no, o sea y creo que también ahí hace falta como un foco de atención de tanto como de medios, como de promotores, como de plataformas, como de darse cuenta que sí están pasando cosas importantes dentro del talento mexicano, solamente que hace falta un empujón para que estas cosas empiecen a despegar más rápido no, pero o sea como que a nivel industria de entretenimiento pues está muy cabrón no, o sea cada fin de semana hay mínimo cinco fiestas chidas de reguetón en distintos puntos de la ciudad, o sea hay fines de semana en que hay muchos artistas presentándose en la ciudad, de nuevo o sea creo que el punto de referencia más claro es que en la Ciudad de México sucede el festival de reguetón más grande del mundo no, y que no sucede ni en Puerto Rico, ni en Colombia, ni en Chile, digo ya no hablemos de Europa no, o sea creo que el Continente Americano es como el punto de referencia para para el reguetón y justo para descentralizar como que toda la música chida viene de allá no, el punto de referencia más claro es ese, o sea en la Ciudad de México sucede el festival de reguetón más grande no, y además que no es el único también sucede uno muy grande también en Rosarito que se llama el Baja Beach, hace poco querían empezar a hacer otro festival de reguetón no, iba a tocar Tego Calderón por alguna situación rara no sucedió, pero ya son festivales de reguetón que no suceden en nuestro país.-
37. E: - ¿En cuanto a nuestra cultura como como país y más concretamente como ciudad, por qué crees que al mexicano le puede le llegar a gustar tanto el reguetón, por qué a los chilangos que les llega a gustar mucho,

¿qué hay en nuestras raíces, en nuestra cultura que hace que nos guste así? -

38. M: - Yo creo que pues un poquito porque el reguetón es fiesta, la naturalidad del reguetón es el baile y es la fiesta, y a los mexicanos les mama el baile y la fiesta no, eso va también de la mano como estar cachondeando, y obviamente también con estar bailando con alguien no, o sea no específicamente hombre o mujer, o sea puede ser hombre con hombre o mujer con mujer, yo creo que eso, o sea se lo atribuía al baile y a la fiesta y a que es algo como muy caliente no, como muy *horny* como de estar ahí como ¡eh, vamos a perrear! -

39. E: ¿Sabes cuáles fueron los lugares de acá de la ciudad donde empezó a ponerse el reguetón?

40. M: - Antes de que nosotros empezáramos a hacer fiestas de reguetón en la ciudad, ya venía sucediendo un movimiento bastante grande en la periferia, un movimiento mucho más grande que es el Cumbiatón es la cumbia y el perreo, la cumbia y el reguetón, sucedía en Ciudad Azteca, en Aragón, o sea todo como con Pablito Mix detrás de todo eso, supongo que todavía está en You Tube, hay una serie de documentales de Vice que se llaman Los Ídolos del Cumbiatón y ahí ti ahí te explican cómo se empezó a dar todo este todo este cotorreo, que casualmente pues es de cómo había una serie de fiestas que sucedían en toda la línea de la línea B del metro, o sea la que va de Buenavista hasta Ciudad Azteca, o sea ahí como que cae en cada en cada punto, en cada en cada estación había como ciertos *crews* regueteros y entonces pues ahí fue como donde se empezó a hacer todo este este cotorreo del Cumbiatón, el Cumbiatón sí es como un género muy específico de reguetón no, o sea de reguetón en la Ciudad de México, o sea así como hay reguetón de Colombia, hay reguetón de Chile, hay reguetón de Argentina, yo creo que el género específico sería desde México sería como el Cumbiatón, que siento yo que no están cómo tan exportable a niveles internacionales porque es muy local, pero en una de esas si se podría pegar también –

41. E: ¿Crees que hay como segmentos de escuchas reguetón acá en la ciudad, o sea podrías decir como a este sector le gusta más este tipo de reguetón que a este otro, cuáles crees que serían? –
42. M: Sí, eso lo veo un poquito más en el aspecto de cuando voy a tocar, también soy dj y depende mucho del lugar donde voy a tocar la música que voy a poner, por ejemplo en las fiestas que estamos haciendo todos los viernes es un público muy muy *mainstream*, ahí es ir a tocar *hits* o sea J Balvin, Maluma, Bad Bunny y Karol G, y como este cotorreo no, pero por ejemplo si voy a tocar a las Peluchelas, cuando voy a tocar como en lugares de Tepito y así, o sea pues ahí sí puedo poner cosas pues más alternativas, más locales, más cumbiatón, o remixes o bucles, o sea entonces sí hay sectores más específicos o sea se podría decir como que acá les gusta esto acá les gusta esto
43. E: - ¿Qué elementos de la cultura mexicana les conviene hoy a los creadores de reguetón incorporar a su música? –
44. M: - Lo asocio mucho con nuestra que esta nueva manera como de consumir música pensándolo y adaptándolo un poquito a TikTok no, cuando haces una canción o sea ya la tienes que hacer pensando en cómo la puedas hacer viral no, o sea tienes que decir como ‘ah ok entonces voy a hacer una canción y esta parte voy a decir un chingo de veces cuchara no, así cuchara cuchara cuchara’ para que se vuelva viral en TikTok y entonces ya así mi rola se va a pegar cabrón, yo no sé si haya o exista ese elemento específico, no lo sé porque yo no soy compositor, yo no soy cantante, yo no soy escritor de reguetón, pero por ejemplo creo que pues hacer un cumbiatón es hacerlo específicamente para la banda que consume reggaetón mexicano, o sea no sé si hay algún elemento en específico pero si vas a hacer un cumbiatón les va les va a gustar porque es como el reguetón chacalón, pero algún elemento, no sé puede ser que hables de chelas, o por ejemplo hay una morrita que se llama Bella Cat y esa morra siempre habla como de sus fiestas, o sea de que se va de fiesta a Tepito y que se compra sus micheladas, y siento

que cada que hablan como de michelada y cosas así como muy del barrio como que le gusta a la gente -

45. E: - En varias de las letras de reguetón hay muchas referencias hacia el dinero no, hacía un estilo de vida de riqueza sustentado por el reguetón, ¿cuál es tu opinión de estas letras relacionadas con dinero?

46. M: - Pues yo creo que es una fórmula, o sea viene pues viene desde viene como desde el Glam Rock, viene desde el rap, o sea el hecho de hacer tus videoclips, creo que se ve más evidenciado a la hora de hacer un videoclip no, los videoclips la mayoría de las veces son como con un chingo de carros, cadenas, mansiones, morras, vamos a como una vida muy ostentosa, y pues creo que es parte de, no olvidemos que esto es un producto no, o sea es un producto que a veces se vuelve tu vida y a veces no, o sea mucha banda este aspecto lo ve como aspiracional, como ¡ay yo quiero ser reguetonero y tener un chingo de varo, y está chido, o sea no está mal no, así como cómo alguien puede llegar y decir como ¡ah yo soy abogado y quiero ser el mejor abogado y tener un chingo de varo! pues también está bien, solamente que no está en los medios no, o sea no tenemos un abogado que esté enseñando todo su varo, en cambio los reguetoneros, bueno los músicos y los reguetoneros sí, o sea pues es una fórmula, y es un hecho de aspiración, no olvidemos que esto es un producto, o sea así como lo puede llegar a ser una telenovela, o una serie, otra música u otro género sabes, y viene desde el desde el Glam Rock, desde el rap, o sea el rap es el ejemplo más clásico -

47. E: Sobre el tema de las mujeres, no como que igual en este sector de la de la sociedad que tiene una opinión de que el reguetón es machista, que no apoya los derechos de las mujeres, y cada vez vemos más mujeres haciendo reguetón, o sea que cada vez se populariza más en toda la población, obviamente también las mujeres, ¿tú ves como alguna dificultad para que una mujer pueda crecer en este ámbito comparado con los hombres? -

48. M: - Yo creo que no, o sea pues al contrario yo creo que diría que una mujer tiene más proyección o sea tiene mucho más presencia dentro del reguetón que un vato sabes, o sea porque también siento que uno de los valores agregados del reguetón hoy en día es que pues le ha dado un sentido de empoderamiento a las mujeres a la hora de salir a bailar sabes, a la hora de salir a un perreo, a la hora de salir a una fiesta, o sea yo no sé si este mismo empoderamiento haya sucedido con otro género musical, yo creo que no, porque pues a la hora de bailar tú tienes la libertad de tu cuerpo, tú tienes la libertad de decidir no, o sea hasta dónde sí y hasta dónde no, y esos son algunos de los valores que se promueven dentro del reguetón o de de la cultura del reguetón y de lo que engloba, o sea el hecho de que tú como morra te sientas segura de tu cuerpo, te sientas segura de ti misma, te sientas segura a la hora de decidir con quién bailar o bailar sola o lo que sea, lo mismo para una cantante o una *dj*, la neta es que si tienen un más posibilidades de brillar dentro del reguetón, incluso más que un vato, por el contexto en el que vivimos no, o sea la neta es que estamos viviendo en un contexto de empoderamiento no solamente en el reguetón sino de la mujer a nivel global, y entonces pues si ven a una morra con talento haciendo cosas chidas le van a le van a poner más atención a esa morra que a cualquiera de los otros 20 vatos que están haciendo lo mismo desde hace 20 años no, y con esto no quiero decir que la tengan más fácil, no estoy diciendo que la tengan fácil, simplemente tienen mayor valor por estar haciendo lo que están haciendo y el contexto en el que nos desarrollamos. -
49. E: - ¿Qué crees que vaya a pasar con el reguetón en un futuro, hay géneros que se hacen de un público muy conservador de 'esta es la música y es la chida y es la única que hay que escuchar' pasa mucho no, obviamente no con toda la gente, pero con mucha gente que le gusta el rock pasa; 'esto es lo chido y lo otro es lo feo' ¿crees que el reguetón pueda agarrar ese rumbo en un futuro que se haga así como de círculos elitistas? -

50. M: - No sabemos porque por así decirlo como la primera generación de escuchas ya a este nivel exponencial que tiene el reguetón, ahora sí que solamente el tiempo dirá no, o sea habrá que ver cómo envejecemos nosotros como generación, al mismo tiempo del género o sea si el género evoluciona y le sigue gustando a morritos que van creciendo o les deja de gustar o qué va a pasar, yo creo que o sea que el reguetón ha tenido un crecimiento exponencial muy cabrón, o sea en los últimos años, no creo que crezca o sea exponencialmente como lo ha hecho en los últimos años, yo creo que más bien se va a mantener y le va a seguir gustando a la gente, o sea así como pues no sé ahorita le gusta a la a la generación que ahorita tiene 20 y 30 seguramente en 10 años le va a seguir gustando a nuestra generación que tenga 30 o 40 pero le va a seguir gustando la generación de atrás y a la de atrás

Sugarmami

Entrevista 4SM\_21/06/2022

Entrevistado: (nombre artístico/nombre legal): Sugar Mami/ Ana Patricia Castellanos

Síntesis Biográfica del Entrevistado: Ana Patricia Castellanos, mejor conocida en el mundo de la música como Sugar Mami es una DJ y conductora de radio mexicana, fundadora del colectivo Perreo Millennial y especializada en reguetón, es locutora del programa de radio que lleva el mismo nombre del mencionado colectivo el cuál se transmite en Ibero 90.9, es organizadora de fiestas de reguetón y cuenta con una amplia trayectoria en festivales tales como Trópico, EDC, Bahidorá, entre otros.

(Perreo Millennial, 2022)

Entrevistador: Emiliano Solís García

Fecha de realización: 21/06/2022

Presencial/ Virtual (Zoom): Virtual

Leyenda:

S: Sugar Mami

E: Entrevistador

1. E: - Hola Patricia mucho gusto, gracias por aceptar la entrevista, ¿cómo estás?
2. S: - Bien, todo bien, muchas gracias
3. E: - Que bueno, pues primero que nada te quiero preguntar por tu apodo, ¿cómo surgió el Sugarmami? ¿cómo decidiste ponerte así? ¿cuál es la historia de tu apodo? –
4. S: - Ay, pues es una súper tontería, o sea la verdad es que muy seguido me arrepiento de ponerme ese nombre, porque pues no sé, o sea es como como raro, o sea incluso mis papás me dicen que me lo cambie,

pero o sea fue por carrilla porque siempre he salido con chavos como que menores, entonces justo mi ex novio con el que dure un rato era 6 años o creo que 7 años menor que yo, entonces era como que carrilla entre mis amigos y por eso fue, o sea un día dije 'ay pues me voy a poner Sugarmami', así un día que toqué y ya me lo puse y ya, pero de hecho o sea tengo Facebook y ahí o sea de plano ya no lo uso el de Sugarmami porque pues obviamente el público que me llega no es el público que yo quiero, entonces sí es ahí como que un medio conflicto pero también ahorita cambiármelo siento que ya no, pues o sea como que ya no valdría la pena

5. E: - Claro sí, me imagino que es complicado, ¿entonces no tiene nada que ver con el reguetón no?
6. S: - No realmente, es como por esa carrilla, de que siempre he salido con gente más chica -
7. E: - oh ok, bueno pues está bueno igual, está original. Si nos puedes empezar a contar cómo empezaste a conocer el reguetón desde que eras oyente hasta que ya te hiciste *dj*
8. S:- Pues o sea mira, lo que pasa es que mi historia viene como desde mi papá, él también se dedica a sonorizar eventos y todo esta onda, y mi mamá es maestra de folclor no, entonces toda la vida en mi casa como que siempre ha sido como que todo gira alrededor de la música, entonces pues desde que estaba chiquita no había, este bueno tengo 32 o sea ya estoy medio grande no, pero como que nunca ha habido un este pues como ningún así de que el gusto culposo o así no, porque un día despierto y mi mamá está escuchando, no sé, cumbias y luego mi papá escucha otra cosa y entonces realmente como que esos estigmas así del gusto culposo pues nunca los hubo no, y me acuerdo fue como tipo la secundaria que salió así de que Daddy Yankee, y ya bueno las canciones de El General o sea yo las recuerdo porque también como que mi papá las ponía, o así casi cuando iba saliendo como nuevo artista o algunas canciones o así, pues mi papá las escuchaba en el carro cuando nos



llevaba hacia la escuela, porque te digo él se dedicaba a poner música, a sonorizar eventos, entonces bueno en la secundaria yo me acuerdo haberlo escuchado más, como esta onda de Gasolina y la de... no sé si después viene como El gato volador y así, y me acuerdo que o sea me gustaban mucho pero cuando se lo platicaba a alguien o así, me decían como '¡no!' bueno, creo que ni siquiera sabíamos que se llamaba así tal cual como reguetón, pero como que la gente lo veía así como de 'no, no está chido' y en esa época era el rock no, aunque no había como ese estigma de las canciones culposas decía como chale a lo mejor no está padre que me guste –

9. E: - Se podría decir que en tu casa no había como ese estigma de del gusto culposo no, o sea como que en tu casa no te educaron con eso, pero en tu círculo de un poquito afuera sí, no sé si esas personas como que te hacían sentir así eran de la escuela, de dónde vivías, ¿cómo era eso, de donde eran y cómo te lo decían? –

10. S: - Mira, o sea por lo mismo de los de mis papás y así, todos mis círculos amistosos como que siempre han girado alrededor de la música no, o sea de que en la secundaria todos con los que me juntaba tenían bandas, o tocaban algún instrumento y así no, entonces justo como entre la secundaria y la prepa que estaba como el Happy Punk y el rockcito y así, ahí era creo que cuando estaba como más mal visto, o sea yo recuerdo tener en mi iPod canciones de unos weyes que se llaman Looney Tunes que las ponía así como en carpetas aparte, o les ponía el nombre del artista así como que otro artista porque o sea si era como de 'wey, cómo te puede gustar eso' y no sé qué, o sea creo que ni siquiera estábamos tan conscientes de las letras como ahora, pero como el simple ritmo era como raro y me acuerdo mucho que hubo un día que iba hacia la escuela, que iba escuchando Panda, o sea que a mi Panda me encanta, también como que a veces lo reprimía un poco, y que dije '¿por qué? ¿por qué voy a decir que no me gusta?' y me acuerdo de que a partir de ahí o sea como que me preguntaban y ya yo empezaba a decir como 'no pues me

gusta Panda´ pero me gusta esta canción de los Kumbia Kings y así, y como que a partir de ahí me empecé a decir ‘ay pues ya es lo que me gusta´ y me daba cuenta como de que o sea poco a poco mis amigos como que decían ‘ay pues sí está chida´, o sea como que hacía falta que alguien dijera que era cool no, para que aceptaran que les gustaba -

11. E: - Leí que tu papá tiene un sonidero y que tu gestionabas eventos antes de ser *dj*, ¿cómo fue ese proceso de que empezaste a gestionar eventos? ¿cómo influyo en tu carrera?

12. S: - Más bien viene como que desde mucho más atrás, te digo que mi mamá es maestra de folclore, entonces ella hacía sus eventos y todo eso no, o sea como que siempre fue algo que estuvo ahí, o sea como sólo era como el paso siguiente, y lo de las fiestas o sea mis hermanas y yo, una cumple años en septiembre, yo en septiembre, mi hermana en noviembre y la otra diciembre, perdón septiembre octubre y diciembre, entonces desde que estábamos... yo iba en segundo de primaria, mis papás decidieron hacernos una fiesta en noviembre para las 3 que era el único mes en donde nadie cumplía y nos empezaron a hacer unos halloweens en noviembre y este empezaron así de que solo nuestros compañeros del salón de cada una y luego se fue haciendo más grande y más grande y más grande así hay que rentar salones de fiestas porque llegaban niños como con sus primos que iban en otras escuelas y entonces empezó a ser como una fiesta muy grande y yo me acuerdo que... o sea entre somos 5 mis papás y nosotras 3 no, entre los 5 nos poníamos a hacer como las invitaciones y a decorar y obviamente mi papá era el que ponía la música, mi mamá era muy creativa, eso se hizo año con año hasta que yo pase como a segundo o tercero de secundaria, entonces para mí organizar un evento o una fiesta o así era como una emoción muy grande, entonces terminé de hacer eso en la secundaria, cuando pasé a la prepa empecé a hacer fiestas, esas ya eran solo más de mi cumpleaños y como todos con los que me juntaba eran como *DJ's* en ese tiempo no, o sea que como que ni siquiera sabían bien y otros

tenían bandas, y entonces las fiestas que hacía tocaban ellos y también se hacían fiestas así súper grandes, entonces eso lo estuve haciendo de la prepa cada año, cada año hacia un cumpleaños y te digo pasaba como que sí que rentaba una carpa bla bla bla y si llegaba mucha gente hasta que hice la fiesta con Mucha Onda que es un socio que también fue mi fiesta de cumpleaños y ahí fue ya cuando como que surgió lo del Perreo Millennial y a partir de este año ya se lo hago reuniones bien chiquitas porque ahora sí ya me dedico todo el tiempo a estar en fiestas y es como de que no se me antoja tanto. -

13. E: - ¿y ahí fue la primera vez que tocaste reguetón?
14. S: - No, mira lo que pasa es que yo a partir de... que será... de la universidad empecé a hacer eventos de math rock, o sea como así también lo extraño no, para esto yo ya *bookeaba* a artistas en un lugar aquí en Tultitlán, y pues estaba como muy envuelta en esta onda del rockcito y lo que estaba pasando en ese tiempo, entonces unos amigos que son artistas visuales siempre han estado como pasos muy muy muy adelante, o sea como de... pues sí... o sea de todo no, y para el cumpleaños de una amiga nos invitaron a un antro que se llamaba El Bronx, pero eso ¿qué fue? hace como 7 o 8 años y era un antro de reguetón, o sea creo que ni siquiera fue muy conocido, estaba por como por Insurgentes, y este yo me acuerdo que ese día iba a ver a una banda que se llama Joliette y No Somos Marineros eran unas bandas así que me super gustan y dije 'oh pero bueno, no pues tengo que ir al cumpleaños de mi amiga' y llegué a ese antro de reguetón y justo el otro amigo era Mucha Onda que es el que ahora es mi socio, entonces como que ahí nos conocimos todos, y ósea neta me voló la cabeza como todo lo que pasaba en ese antro, o sea yo no sabía pero ese día tocó Pablito Mix, o sea como que yo escuchaba más un género que se llama moombahton que es como el reguetón pero como con otro bpm como más rápido y tiene como unas cosas ahí medio chillonas y así, yo escuchaba moombahton y me gustaba un montón no, pero cuando llegue

a ese antro y era puro puro reguetón como que para mí fue una revelación así que dije guau, y aparte te digo o sea yo venía de todas estas fiestas de rock, y de punk, y de math rock y así, para mí esto fue como *wow*

15. E: - ¿Cómo describirías el ambiente y la atmosfera de ese bar?
16. S: O sea como que fue la primera vez que vi a gente realmente así bailar como perreo pero bailar como muy libres, o sea como que todo era muy libre, o sea ni siquiera recuerdo si era como un ambiente muy fresa o chaca o así, o sea chaca no era definitivamente, era como más... pues no sé o sea como que no se iba a ningún extremo, y ya pues a partir de ahí me empecé a juntar con Mucha Onda que es mi socio, él es unos años más chico que yo entonces a él justo en la secundaria y prepa le tocó esta onda así de que Farruco y como ya más el reguetón, el que será unos 6 años más chico que yo, entonces a él le tocó más ese boom de reguetón y cuando él y yo nos hicimos amigos como que así fue una locura, así de que yo súper amaba la música y él también pero aparte el reguetón, entonces un día lo invité a tocar aquí a mi casa, hice una fiesta con una artista que se llamaba Mariel Mariel, una chilena y él tocó reguetón y trajo a otros amigos que tocaron reguetón y entonces todo el equipo de Mariel Mariel que eran chilenos, como que me dijeron 'wey nunca había ido a una fiesta en donde pusieran este tipo de reguetón' o sea ese día me di cuenta que mis amigos que venían del rock como que medio se sacaban de onda pero si lo toleraban, claro ya se fue como ahí cuando ya me adentré totalmente –
17. E: - Si nos puedes contar un poquito más a fondo cómo fue la historia de Pedro Millennial hasta llegar a ser este programa de radio –
18. S: Se dio por lo mismo que te decía que yo cumpla años en septiembre, el 9 de septiembre y Mucha Onda cumple años el 30 de septiembre, y bueno mi hermana el 2 de octubre pero ella como que no se metía tanto no, entonces dijimos así: 'bueno pues hay que hacer una fiesta porque ya nos veíamos muy seguido' y yo... o sea siempre he estado como

involucrada en eso no, en ese tiempo yo *bookeaba* un salón que ahora es antro que es Niza 40, entonces pues ya le dije al dueño que si podía hacer un evento y me dijo sí, y me dijo 'bueno pero como para cuánta gente no' y le dije no pues yo creo que 80, o sea entre los invitados de Mucha Onda y los míos, y fueron puros DJ's de reguetón, no sabíamos cómo ponerle o sea como que pasaron muchos nombres por nuestra cabeza, se iba a llamar algo así como Perreo Para Niños Tristes, o sea hicimos muchos nombres hasta que dijimos 'no pues que se llame Perreo Millennial' no, pero era tal cual fiesta de cumpleaños, el evento era privado en Facebook, era cuando se usaba hacer evento en Facebook para invitar a la gente y pues yo como toda la gente con la que me juntaba era como del rock dije: 'ah.. pues seguro no van a venir no' y ya o sea resulta que no llegaron 80 personas, o sea llegaron como llegaron como 200, o sea llegó muchísima gente muchísima, ¡muchísima gente!, el lugar estaba increíble porque era un lugar de los... o sea lo tienen como desde los 60 entonces el piso y el escenario, y el audio, las luces, todo eso era como muy sesentero hacían muchos shows ahí no, y bueno estaba así súper chido, igual nosotros lo decoramos y te digo todos los amigos que tocaron, tocaron reguetón entonces o sea me acuerdo de ver a mis amigos así que eran bateristas de bandas de punk o bla bla bla cantando la de Atrévetete de Calle 13, y dije: 'esto está muy muy cañón' todos estaban súper contentos porque siento que fue como un lugar libre, en donde podían cantar canciones que sabían pero les daba pena decir que se sabían, o sea como de Wisin y Yandel, de Daddy Yankee, de Calle 13, de La Factoría, entonces a partir de eso todos nos empezaron, o sea bueno muchos amigos, nos empezaron a decir que si íbamos a hacer otra, entonces como que ya lo planeamos un poco mejor, fue igual ahí Niza 40 y fueron varias, y este trajimos a un *Dj* de Tijuana que se llama Yelram, y dijimos no, pues ya o sea hay que cobrar porque tenemos que pagar vuelos no, cobramos como 30 pesos y otra vez así súper atasco, y el dueño del lugar, el señor me decía cómo: 'es que no ma... la neta se

ponen muy chidas, vendemos muchísimo y entonces como que ya me lo empezó a ofrecer ese lugar más recurrentemente, aparte de que te digo yo lo *bookeaba*, entonces ya para la tercera nos unimos con una fiesta de un amigo de Torreón que se llamaba 01-800 Perreo, él igual iba empezando, y este chavo hacía unos festivales en Torreón, y también él fue el primero que empezó a traer a unos artistas de España, a Rosa Pistola, o sea muchos artistas él fue el primero en traerlos, entonces para la tercer fiesta nos unimos con él y a partir de ahí empezamos a hacer fiestas, y como que fue creciendo mucho, o sea ahorita hay muchas muchas fiestas de reguetón pero en ese momento eran muy pocas, o sea eran las super super *unders*, de que no sé, a lo mejor Tepito y así, y nosotros éramos como los que estábamos en, pues ahí no en Colonia Juárez, que te digo llegaba gente como... o sea no había problema así de que armas o drogas o así no, o sea como que era un poquito más fresa pero no súper fresa, y ya pues empezó a ser súper popular, Mucha Onda era como voluntario en Ibero 90.9 y le ofrecieron el programa y lo empezó a hacer con una chava que se llama Esa Mi Pau, que fue ahí cuando la conocimos, y ya a partir de ahí... pues Pau también hacía fiestas de reguetón pero como que no habían pegado tanto, y entonces ahí fue cuando ella se unió con nosotros, ya empezamos a hacer los 3 todo lo de lo de Perreo Millennial, el programa de radio se empezó a llamar Perreo Millennial, y ya como que a partir de ahí empezaron a surgir más cosas, igual fue en 2019 que nos invitaron al Primavera Sound ahí en Barcelona, tienen un apartado, o sea son como el Primavera Sound de donde pasa toda la música, y el Primavera Pro que es como las pláticas y expo y bla bla bla que se hace como para los profesionales de la industria, o sea los managers, los los mismos artistas bla bla todo eso, y nos invitaron a dar ahí una plática sobre el reguetón en México y como estaba la escena de reguetón aquí en México, entonces también como que el haber ido al Primavera y así, como que eso nos fue haciendo como que despegáramos más y más, y en 2020 teníamos muchos proyectos

así vamos a ir a este festival súper famoso que se llama South by Southwest pero pues fue la pandemia, entonces como que ahí se arruinaron varias cosas, y pues ya obviamente post pandemia salieron miles y miles de fiestas de reguetón.-

19. E: - Hay muchos prejuicios hacia el reguetón, como de que es machista, ¿tú crees que el feminismo y el reguetón se pueden complementar y cómo sería eso?

20. S: - Yo creo que se podrían complementar como en la manera de como de sentirte libre, porque o sea hay canciones que si de plano son misóginas, o sea si las letra es super misóginas no, pero siento que hay otras canciones que nos hacen, o sea nosotras como mujeres, decir como: 'claro o sea esto es también lo que yo estoy sintiendo' como que antes estaba más reprimido, o más bien las canciones no hablaban de eso y mucho menos que lo dijera una mujer, entonces ahorita es como: 'claro o sea yo también estoy disfrutando de esa sensualidad y sexualidad' sabes y no sólo es cosa de los hombres sino que antes pues en las mujeres estaba muchísimo mal visto, entonces siento que como en esa parte y sobre todo en la manera de expresarte y en la manera en la que puedes bailar, justo la semana pasada lo platicaba con una amiga que el perreo es como algo super normal, no es como que te lo estés insinuando a alguien, pero si lo ves en México en donde la cultura es súper diferente obviamente desde que lo ves es como una insinuación, entonces pues creo que de esa forma, o sea alguna vez igual me preguntaron cómo veía esto del baile y así y yo les decía: 'pues es que o sea a mí...' y eso que yo soy súper tranquila eh, o sea no es así de que esté bailando ni nada de eso, 'pero como que me hace sentir libre también poder cantar ese tipo de canciones, de cosas que realmente yo sí siento, o que alguien me hace sentir, sin sentirme como reprimida, siento que antes como que sólo eso se lo dejaban a los hombres no, como la manera en la que se sentían, o como veían a una mujer o bla bla bla y siento que ahorita ya está haciendo como pues un poco la

combinación, o sea por eso hay tantas reguetoneras mujeres que están haciendo cosas chidas, y letras que están padres -

21. E: - ¿Hay alguna vez que te hayas sentido reprimida por bailar reguetón, avergonzada o algo así? –

22. S: - La verdad no soy mucho de bailar, o sea como que soy más de estar escuchando lo que pasa ahí, pero más bien lo que me pasaba mucho es que cuando yo buscaba espacios para hacer Perreo Millennial, o sea cuando ya fuimos como más grande y así, me pasó que muchos este promotores, bueno los que rentan sus lugares, que en su mayoría son hombres, que me decían como: ‘no, es que reguetón no, o sea no voy a hacer algo de reguetón, y mucho tiempo después pasó que ellos mismos nos buscaban para hacer cosas de reguetón, no sé si ubicas este antro muy famoso que se llamaba Rodesia, ellos nos decían que no, o sea que no iban a hacer nada de reguetón y bla bla bla no, o sea como que nos abrían y la última fiesta que hizo Rodesia fue de nosotros, o sea pero ya porque ellos nos buscaron, entonces más bien como que eso sí pasaba. -

23. E: - Llegaste a tocar en el EDC, si nos puedes contar un poquito cómo te enteraste que ibas a tocar ahí -

24. S: Pues la verdad yo nunca había ido nunca, nunca, nunca, nunca, o sea como que te digo o sea yo era más rock y después pasé al reguetón, o sea pues sí salvo 2 o 3 cositas de música electrónica pero no tal cual como un festival no, entonces justo fue un jueves que yo estaba tocando y nos llegó un mensaje porque toqué pero con mi con otro proyecto alterno que tengo, que es otro chavo y yo, y nos llegó un mensaje de Toy Selectah el de Control Machete, y este que si queríamos tocar en EDC, o sea pero fue un mensaje así como: ‘hola, como están, quieren tocar en EDC’ y yo dije: ‘que raro’ y ya le empecé a marcar a mi amigo porque él tocaba en otro lugar, o sea pero era de los sueños de mi amigo, yo te digo que la verdad nunca había ido al festival y creo que me di cuenta como de la magnitud hasta que subimos el *flayer* que todos me decían



como: '¡güey no ma voy a ir bla bla bla!' y que para mí o sea sí fue muy raro, porque obviamente pues Vive Latino, Corona, todos esos me los super sabía, pero no el EDC, de hecho o sea como que nos dijeron que íbamos a tocar y lo formal lo tuvo que ver un el que fue como nuestro manager en ese tiempo, porque pues nosotros no podíamos facturar y varias cosas no, entonces sólo nos dijo en dónde íbamos a tocar pero pues como nunca había ido neta no sabía a que iba, o sea digo vi videos y así pero yo me imaginé que íbamos a tocar en algo muy chiquito, como en una carpa o en uno de los carritos, y ya cuando llegamos vi que era el 2X que es de los principales y dije: '¡no!, o sea es muy chido' no me lo esperaba, o sea dije: 'va a ser un escenario chiquito' pero sí, sí fue muy chido o sea hasta ahorita creo que sigue siendo como algo por lo que la gente dice como: 'o sea estuvo en EDC' y ya como que me contratan más y así. –

25. E: - ¿Tu consideras que el reguetón nacional puede ser clasificado como una música independiente? –
26. S: - Mmm... pues es que hay personas, o sea por ejemplo los Ghetto Kids que son reguetón nacional que ya están firmados, no sé con quién están, con Universal o con Sony o así, y hay otros otros reguetoneros como por ejemplo esta chava que se llama Charly Gynn que va a estar en el Flow Fest que esa amiga es nuestra amiga y neta si la hemos visto hace crecer desde cero y todo lo hace ella y su novio y su productor, que o sea su novio es su productor y también es su manager siento que antes era como difícil hacerte a la idea que alguien que no tuviera a lo mejor una disquera o que fuera independiente pudiera tocar en festivales o así, pero creo que ahorita ya se puede, entonces siento que hay reguetón todavía muy *under* que no tiene disquera y otro que ya se está yendo por allá, pero justo es como este reguetón más pop -
27. E: - Hablando de ese reguetón más más pop, ¿crees que si alguien se dedica a hacer ese tipo de reguetón tiene más posibilidades de ampliar su público y de pegar? -

28. S: - Sí, hasta que las disqueras se den cuenta que el reguetón más *under* es lo que pega más, o sea justo nosotros como Perreo Millennial nos ha tocado muy cañón, como aprender de esa forma, o sea nosotros trajimos por primera vez a muchos artistas que nadie los volteaba a ver, son de Chile, españoles, bla bla bla y hasta que nosotros los trajimos como con nuestros propios medios sin saber si vamos a ganar, o perder, o así, fue que los empezaron a voltear a ver ya producciones más grandes y ya a partir de ahí los metieron a Ceremonia y ahorita ya están en Flow Fest, y siento que es hasta que.. no se monstruos gigantescos como Ocesa y así algo así se den cuenta que no le van a perder, es ahí hasta que los voltean a ver, entonces hasta que vean que es ese reguetón *under* que hay en México si los puede dejar algo muy bueno, yo creo que a partir de ahí ya nos van a empezar jalar también -
29. E: - ¿y por qué crees que no estas grandes empresas, disqueras no se han dado cuenta de eso? –
30. M: - Yo siento que están lideradas por mucha gente muy grande, o sea sí hay sí hay personal más joven, o sea tengo amigos que trabajan por ejemplo en Ocesa pero a fin de cuentas como las personas más poderosas son más grandes entonces obviamente pues es casi la misma gente que hace todos los festivales, nada más tienen como a gente un poco más chica, que les ayude a meter por ejemplo lo del Corona, lo del Coca Cola, o sea ellos no tienen ni idea de quién está pegando o así pero los que trabajan para ellos sí lo saben, entonces los que van ayudando para hacer esos festivales. –
31. E: - En su programa de radio, ¿qué tanto ponen ustedes músicos independientes y que tanto ponen artistas *mainstreams* –
32. S: - Pues de hecho Perreo Millennial era muchísimo de reguetón *under*, incluso una vez tuve un problema, bueno en un programa como que discutimos porque a mí me gustó mucho una canción de Danna Paola y le dije a Mucha Onda: ‘¿la pondremos?’ y me dijo: ‘güey no, o sea no, porque Perreo Millennial es justo otra cosa, o sea nosotros queremos que

la gente escuche algo que no va a escuchar en cualquier otra situación´ y dije: ‘sí, pues claro´ entonces regularmente poníamos cosas como más *under* de diferentes países, que todavía no pegaban tanto aquí en México, obviamente si Bad Bunny sacaba disco pues sí poníamos esa de Bad Bunny o de artistas un poco más grandes, pero en general el programa iba muy enfocado a cosas más *under*, no tan conocidas, o sea como que en el programa fuera la primera vez que la gente lo escuchara.

–

33. E: - La música cada vez se digitaliza más, de varios años para acá se han ido creando muchas plataformas, ¿tú crees que está digitalización de la música ayudó al reguetón a expandirse? –
34. S: - Pues sí, o sea es que siento que es como un cúmulo de todo lo que pasó, por ejemplo yo lo siento mucho como persona que me dedico a hacer fiestas o tocar y así, como o sea ya tocaba mucho y hacíamos fiestas de reguetón antes la pandemia, pero siento que la pandemia como que aceleró lo que a lo mejor iba a pasar en varios años, entonces pues obviamente las redes sociales sobre todo TikTok siento que eso hizo, y no sólo el reguetón, o sea hizo como que todos los géneros como que tuvieran como una doble vida no, o sea hay canciones viejísimas que ahorita otra vez son de las más escuchadas y así, entonces pues sí, o sea en general sí creo que fue como las redes sociales, pero sobre todo creo que la pandemia como que creo que todos teníamos mucho tiempo libre como para escuchar y no hacer nada no sólo estar en TikTok -
35. E: - Ya me dijiste que suelen poner más reguetón independiente, pero ¿qué tanto ponen nacional e internacional, o sea que tanto peso llega a tener el reguetón nacional y el internacional en su programa de radio? -
36. S: - Pues en particular en Perreo Millennial si alguien de los mexicanos sacaba canción era como de lo primero que poníamos, en primera para apoyar ese talento y también porque son personas que regularmente habían tocado en fiestas de nosotros y que los conocemos, o que sabemos todo lo que están haciendo como para sobresalir, para hacer

música chida y toda esta onda, había veces que yo tenía una sección de puros productores mexicanos, y no sólo de aquí (Ciudad de México) sino lo que hacían unos productores en Yucatán y así, entonces como que siempre, siempre me llamaba mucho la atención eso y entonces si íbamos poniendo, y de hecho había veces que nos mandaban mensaje a los productores porque pues no les avisábamos y nos decían como: 'o sea no puedo creer que me hayan puesto así en el radio' eso pasó con Cachirula, una *dj* que ahorita está pegando mucho, que la pusimos ahí me decía: 'güey neta no lo puedo creer que esté sonando en el radio' pues sí era como esa esa forma de también ayudar a que mucho más gente los conociera

37. E: Ok y para para difundirlo por ahí por el radio ustedes ¿toman en cuenta algún criterio?, o es de qué les lata a todos, o si no le late a nadie igual lo ponen, ¿o cómo es eso?

38. S: - Ya cuando nada más estábamos Mucha Onda y yo, entre él y yo decidimos, sí hubieron 2 o 3 veces que los... como que los directivos nos decían que no pusiéramos eso, o que era como muy explícito porque sobre todo el reguetón de España es como muy explícito y bueno pues como que ya decíamos bueno pues esto no lo vamos a poner pero de ahí en fuera era realmente lo que a nosotros nos gustara, ya los últimos programas Mucha Onda metía las canciones que él había escuchado esa semana y que le gustaban, yo metía otras y ahí como que íbamos, o sea él ponía una y explicaba y contaba más o menos, y luego yo y así como que ahí vamos poco a poco y cada quien presentando, y como que contándole a las personas que era lo que estaban haciendo bla bla bla -

39. E: - Regresando un poquito al reguetón *mainstream*, se han consolidado muchos artistas como a nivel así como que venden ya demasiado, o sea que venden en cantidades inconmensurables, pero no ha salido como un mexicano, hay representantes en Colombia, en Puerto Rico, en Miami, en Cuba, o sea como que esas figuras de reguetón crecieron muchísimo y acá en México por más que haya reguetón y que haya gente que lo

hace, no se construyó, no se consolidó una figura así, ¿tú por qué crees que pudo haber pasado esto? -

40. S: - Ese es un tema que platico muy seguido como con amigos, pero como que no encuentro la respuesta correcta, o sea siento que tiene un poco que ver con que nosotros... o sea no importa qué artistas sea, si es de otro país como que lo alabamos y cuando es mexicano como que es como: 'ah pues está chido', pero como que ponemos muchos peros no, yo creo que los únicos que lo han logrado un poco más son los Gueto Kids que hicieron una canción con Major Lazer, con Diplo, pero como que justo siento que ya se están yendo como a esto mucho más pop, como haciendo hits con personas super virales en internet bla bla bla, pero en general el reguetón más *under* si no ha no ha logrado dar ese paso, yo espero que lo de Charlie Gynn que es esta chava que pues es de las pocas reguetoneras mexicanas y te digo que va a estar en el Flow Fest, lo cual ya es como algo grande y siento que ella podría ser esa persona que dé como este salto grande. O no sé si también tenga que ver con el nivel de producción, o sea realmente como que no encuentro cuál es la respuesta correcta, pero yo creo que algo tiene que ver con que nosotros siempre vemos más como a otros artistas de otros países más que lo de aquí de México, o sea no lo no lo consumimos tanto. -
41. E: - A pesar de que no se ha consolidado esta figura *mainstream*, nosotros somos un país que consume bastante reguetón, hay un sector muy amplio de la sociedad que lo consume, ¿qué elementos de la cultura mexicana crees que se prestan para que a la gente le guste el reguetón acá en México? -
42. S: - No sé si esto tenga que ver un poco a con la pregunta, por ejemplo lo que están haciendo las Vickys, las cervezas estas que están saliendo de sabores, no sé si has visto las latas como que todo es muy muy mexicano, muy como de del barrio, como medio *kitsch* el asunto, lo que yo he visto de esa marca es que las latas y todo se ve muy mexicano, se ve como si estuvieras así como en los manteles de las fondas o cualquier

cosa y justo las Vickys están metiendo mucho como con artistas de reguetón mexicanos no importa que sean *under* pero sus comerciales los están haciendo con ellos, entonces yo creo que o sea pues te digo cómo esto de las fonditas, del barrio, de los microbuses bla bla bla, como que eso creo que podría ser, bueno de hecho hay una fiesta que se hace en un microbús, no me acuerdo cómo se llama pero los DJ'S tocan ahí arriba reguetón y así todo eso, entonces te digo no sé si responde la pregunta, pero bueno lo que se me vino a la cabeza. –

43. E: - Ha cambiado como mucho la visión de personas que no les gusta el reguetón de ahora a antes no, ¿tú cómo podrías decir que ha cambiado el público mexicano que le gusta reguetón? ¿cómo lo vive ahora que es un poquito más aceptado en comparación con épocas anteriores? ¿qué crees que ha cambiado en este público? –

44. S: - Yo siento... o sea y es porque es lo que sentí como yo cuando empecé en esto del reguetón, que se siente todo como con mucho más libertad, o sea la libertad de cantarlo, de poder cantar en una canción, lo que estás sintiendo cuando ves a alguien o cuando estás con alguien y así, a la hora de bailarlo, incluso a la hora de vestirse, o sea te digo sin tocar estos temas de que sí hay canciones que tienen cosas misóginas y así, siento que en general como que lo que vino con el reguetón fue mucha libertad –

45. E: - Algún hecho histórico, o sea puede ser algún concierto, alguna canción que haya salido o lo que consideres, que haya sido importante para que se popularizara el reguetón acá en México. –

46. S: - Pues es que yo creo que los primeros, o el primer Flow Fest que fue hace mucho tiempo, que ni siquiera iba a tanta gente, de hecho creo que lo dejaron de hacer varios años, lo hicieron un año y luego lo dejaron de hacer, siento que eso ya empezó a marcar como un lo que va a pasar y lo que va a estar chido, porque no valdría la pena hacer a lo mejor un festival de algo que sabes que pues no tiene tanta gente siguiéndolo no, entonces yo creo que ese Flow Fest, para mí obviamente las fiestas de

Perreo Millennial, y creo que para el círculo de personas con las que yo me junto como que esas fiestas fueron lo que le abrieron el panorama mucha gente y los hizo sentir que no tenía nada de malo si bailaban, escuchaban reguetón, o si lo cantaban, y siento que para muchas personas que ahorita estamos como dentro de esto seguramente también fue como alguna fiesta, a la que fueron y que se dieron cuenta que esto ya era algo muy grande, también creo que el hecho de que Rosa Pistola o Uzielito Mix estén en festivales mucho más grandes a nivel mundial como que eso ya nos dice que esto es lo que está pasando y es lo que está chido, y así también te puedes dar cuenta en las ventas de los boletos, o sea el Flow Fest es *sold out* en minutos y Corona Capital, Vive Latino y así, esos festivales cada vez tienen más problemas para vender sus boletos, o sea a lo mejor a fin de cuentas los venden, pero ya no como antes, y bueno tengo unas amigas que trabajan justo en agencias, en donde meten artistas a este tipo de festivales y me decían: ‘no sé que es, que el corona neta ya no está vendiendo, o sea todo se lo está comiendo el Flow Fest, y el reguetón y así’, y a mí me tocó... o sea yo trabajaba en una agencia de *music management* y o sea me salí porque realmente yo empecé con el Perreo Millennial y como que ya no me prendía tanto lo que hacía ahí, ni siquiera consumía las bandas que con las que yo trabajaba, y cuando el dueño de la agencia me empezó a hablar para decirme: ‘oye mira Elsa y Elmar va a sacar esta canción que tiene como algo de reguetón, ¿cómo la ves?’ o sea como que me empezaron a hablar como para enseñarme cosas que ellos estaban haciendo como más de reguetón y cuando vi que ya esas agencias se querían empezar a abrir a esos géneros dije ‘no esto ya está cabrón’ y no porque el rock esté muerto, o sea sigue habiendo y siguen muchas personas siguiéndolo pero creo que ya masivamente la mayoría consumimos reguetón. –

47. E: - ¿Tú qué futuro crees que le pueda tocar al reguetón? ¿se ve se va a seguir expandiendo más? ¿se va a hacer un género, así como muy

clásico y a la larga conservador como algunos otros géneros que ya tienen sus años y se volvieron conservadores?

48. S: - Pues yo creo que se va a seguir expandiendo más, o sea ahorita el reguetón es lo pop no, o sea es lo que todo el mundo escucha, siento que va a crecer más, luego siento que va a tener otro medio bajón, bueno o sea como que se va a mantener pero no como ahorita súper grande y luego va a volver, o sea yo siento que ahorita muchos artistas mismos de reguetón se están yendo como a las cosas un poquito más disco, un poquito más tecno, o sea como la canción de Todo de Ti de Rauw Alejandro que ya ni siquiera es reguetón, es hay otra que se llama creo que Pepas que tampoco es tan reguetón, o sea como que los mismos reguetoneros ya se están haciendo como hacia otros géneros, entonces yo creo que eso es lo que va a empezar a pasar y obviamente después va a volver el reguetón o sea como que todo va volviendo –

49. E: - Sabemos que hay muchos tipos de reguetón, podrías mencionar algunos segmentos de población que digas como ‘este tipo de reguetonero es así no’ o ‘le gusta como este tipo de reguetón más o menos a este otro grupo’ o ‘o a estos les gusta este tipo de reguetón más o menos así’. ¿se pueden algunos grupos? -

50. S: - Pues sí, o sea por ejemplo ahorita que tenemos lo de Salón Perreo dentro de un antro que se llama Estéreo, o sea Estéreo es el antro, que es un antro queer y dentro de ese antro nosotros tenemos un apartado que se llama Salón Perreo que es de puro reguetón, entonces como toda la gente que va ahí o sea Queer, LGBT, bla bla, nos piden un como que toquen 40% de reguetón muy comercial, 40% de reguetón viejito y sólo el 20% de reguetón mexicano o de productores mexicanos como que hacen reguetón pero lo combinan con el cumbiatón y así, o sea como que cuando ponemos ese tipo de música como que se empiezan a salir, o sea realmente no les gusta, pero por ejemplo el sábado toque en una feria, en un pues sí... como pueblo se llama Teoloyucan y desde que entré dije ‘ah ok, o sea aquí puedo poner cumbiatón, reguetón como



más'... o sea no es la palabra pero como para explicarlo o sea como más ñero, a lo mejor si pongo una canción de reguetón de Danna Paola o de Mario Bautista en esta feria se iban a quedar como: 'qué pex con esto no' entonces sí, o sea a mí me pasa que cuando voy a diferentes lugares, sé justo que tipo de reguetón tengo que poner, o sea, por ejemplo cuando tocó en un antro en Masaryk sé que voy a poner a Maluma, a J Balvin, a Bad Bunny, o sea como lo más comercial de comercial, y si toco en una fiesta de Perreo Millennial me voy a ir hacia lo que yo quiera tocar que son productores mexicanos, productores más *under* o sea puedo poner ahí canciones que nadie conozca, y aun así la gente lo baila porque justo a eso vas a una fiesta de Perro Millennial a conocer música no, a escuchar todas las canciones de Bad Bunny o de Daddy Yankee o así, entonces sí hay como varios segmentos no –

51. E: - Más allá de obviamente el perreo y la música, ¿cómo qué ambiente se percibe en el Flow Fest diferente a cualquier otro festival?, ¿Qué es lo que tú sientes o ubicas que tiene el Flow Fest que realmente ha hecho que cada vez pegue más y más? -

52. S:- Yo siento que es la combinación de las personas, o sea Vive Latino va como gente más grande y así no, como que siempre les gustó el rock, o sea van como desde los tíos hasta chavitos, el Corona es como más rockeritos no, o sea como que hasta cierto punto puede ser un poco más fresa, pero en el Flow Fest siento que están todos, o sea todas las edades, todos es como una revoltura de todo, o sea siento cada festival tiene como un nicho al que va dirigido, y siento que el Flow Fest o sea ya no es un nicho o sea es como que va masivamente a todos los géneros, todo, todo, como que demasiado, o sea bueno como muy muy inclusivo, o sea no importa si eres reguetonero, es que te digo se va a escuchar mal pero o sea para explicarlo, o sea no importa si es como reguetón de Tepito, o si eres reguetonero de la Nápoles, o si eres reguetonero de Masaryk, o sea como que hay tantos, tantos artistas de reguetón tan combinados que puede ir como cualquier tipo de gente. –

53. E: - Ya sea en fiestas o en radio, ¿cuál es el tipo de reguetón que se está se está pidiendo para que para que lo toques? –
54. S: - El reguetón pop o sea siempre, y sí es una queja, o sea donde vaya siempre piden 10000 veces las canciones de Bad Bunny, no importa que los otros *DJ's* ya las hayan puesto, pero también hay un género que se le llama guaracha, aunque no es la guaracha que nosotros conocemos como que es como cumbia, o sea se le llama guaracha o aleteo que es como los géneros que ahorita están pidiendo mucho, que justo ese género es la canción de Pepas que creo que es de Farruko, como que la gente está empezando a aceptar mucho más ese tipo de reguetón, o sea ahí lo pones y así la gente se súper prende, este género es muy parecido al circuit pero como con aditamentos más del reguetón. –
55. E: - Sobre el tema de la cannabis, o sea como que el reguetón se asocia mucho con la cannabis, con la marihuana, hay otros géneros que se asocian más con otras drogas, con otras sustancias, ¿tú sabes por qué se asocia tanto con la cannabis, y por qué le gusta a la gente esto? más allá de que obviamente hay muchos prejuicios
56. S: - Yo creo que viene como del reggae no, creo que en la mente de muchos de nosotros el la marihuana y el reggae es cómo lo mismo, y pues básicamente el reguetón solo es un género como más... un poco más rápido que el reggae y lo de los lugares de donde viene también creo que eso es como por lo que lo relacionamos, aunque realmente ahorita todo el mundo, o sea no importa el género, todos, o la mayoría fuma no, pero siento que eso puede venir como de ahí. –
57. E: Sé qué es complicado porque todos los oyentes de reguetón son diferentes, pero si tuvieras que hacer alguna caracterización, alguna tipología del público que escucha reguetón acá en la ciudad como sería un tipo de persona que escucha reguetón en la Ciudad de México
58. S: - Para mí como que el reguetón siempre ha tenido que ver como con el sentirte libre, entonces siento que es eso, o sea como alguien que no

le importa como esté vestido o como baile o qué tipo de letras canta sabes, o sea cómo alguien muy libre –

59. E: -Muchas Gracias Ana, por tu tiempo y por la entrevista -

## Breve historia del cannabis en México

Si bien en México la religión rastafari no tuvo la presencia y popularidad que tuvo en otras del mundo como en Jamaica, el consumo de la cannabis también tiene una larga tradición en el país por diferentes motivos. A continuación, se muestra la trayectoria histórica del consumo de marihuana, así como su prohibición.

La prohibición de la marihuana no era una práctica común en el territorio que ahora es México hasta antes de la colonia, fue durante la colonia que los conquistadores prohibieron a los pueblos conquistados el cultivo de esta planta, en el Siglo XX los muralistas Diego Rivera y Fermín Revueltas pidieron, mediante diferentes periódicos, a las autoridades del Estado mexicano que se levantara la prohibición y que se elaborará un documento en que se precisara que “la prohibición de la marihuana dictada por los conquistadores y más tarde reafirmada por los virreyes, tenía por objeto precisamente provocar la decadencia de los pueblos de América para poderlos sojuzgar mejor” (Astorga, 2016, 42).<sup>25</sup>

En los años 30 la marihuana se empieza a comercializar, y desde luego su prohibición no cesa, en la Ciudad de México las autoridades destruyeron grandes plantíos como el del Pedregal de San Ángel, así como en la Colonia Roma, Tláhuac, Iztacalco o Iztapalapa, lo mismo sucedió en otras entidades como Morelos, Hidalgo, Tlaxcala, Guerrero, Sinaloa, entre otras. Algunos centros de compra eran lugares que se asociaban hierbas medicinales como El Mercado del Carmen en Toluca, otra práctica común de venta se daba en los cuarteles militares cuando las mujeres acudían a venderles marihuana a los soldados, otros puntos de venta en esta década eran las prisiones, la colonia Juan Polainas y la Alameda Central (Astorga, 2016, 60, 61)

Algunos grupos sociales de los años treinta que solían consumir la marihuana eran los fifíes, los mendigos, las mecanógrafas, internos de correccional, o las señoritas,

---

<sup>25</sup> En los siguientes párrafos sobre la historia del consumo de la marihuana en el país se utiliza de referencia el texto de Astorga (2016) salvo que se explicita lo contrario

entre otros (p. 61). Con esto podemos observar que el consumo se daba en diferentes clases sociales. Cabe mencionar que en esta década hubo una estigmatización importante a consumidores de marihuana, en Mazatlán, por ejemplo, se propuso tanto rateros como marihuanos fueran rapados para distinguirlos como señal de peligro, uno de los organismos del Estado que se utilizó para encontrar y desaparecer sembradíos fue la Policía Sanitaria del Departamento de Salubridad Pública (p. 61, 62)

En la década de los 40 se identifican a los boleros y a los taxistas como nuevos grupos que solían consumir la *cannabis*, la popularización del consumo hace que la práctica de fumar marihuana adquiriera motes como “darse las tres” o “darse un carrujo”, un lugar habitual para la venta de la planta en esta década eran las afueras de las estaciones de ferrocarril. (p. 103). Algunos comerciantes de la planta con un gran poderío en esta década fueron *El Chivo*, *El Mocho*, *El Guacho* o *el Chocomilk* todos ellos con una gran presencia en Sinaloa, en esta década se empieza a identificar a los vendedores de cannabis como *gomer*os porque además de vender esta planta vendían la goma de opio (p. 103, 104).

El consumo de marihuana en México era una práctica común que venía creciendo desde los años veinte, sin embargo, en Estados Unidos su consumo se popularizó hasta la década del sesenta (p. 65). Es por ello que en los años 50 empieza a crecer la exportación de marihuana por parte de grupos organizados hacía Estados Unidos, gran parte de la exportación era marítima y se realizaba mediante los puertos sinaloenses de Mazatlán, Altata, y Topolobampo. (p. 123)

Grandes cultivos de esta época se localizaron en zonas montañosas de Coahuila y Nuevo León, también se sabe de sembradíos en zonas cafetaleras de Hidalgo, se conoce también que durante esta década que hubo mucho decomiso de la planta, se tienen registros de decomisos en grandes cantidades, se estima que en el año 1955 se decomisaron al redor de 12 toneladas de marihuana por parte del Estado. (p. 123)

En estos años el consumo de marihuana crece de forma importante en Estados Unidos, principalmente por estudiantes y soldados, esto va acompañado de un aumento de la exportación de la marihuana mexicana hacia el país vecino, se estima que en promedio cada semana en el año 1968 se trasladaba de México a Estados Unidos entre 3 y 5 toneladas de la cannabis (p. 134).

En esta década si bien hubo detenidos de grandes traficantes de la planta, también existieron muchas detenciones a gente que vendía en bajas cantidades o usuarios a los que se les detuvo con cantidades para consumo personal, algunos de estos casos fueron los dueños de pequeños estanquillos que vendían cigarros al menudeo o las esposas de los presos que quedaron detenidas al tratar de pasar gramos de marihuana mediante la ropa de sus bebés a las penitenciarías (p. 135)

En los años 70 la marihuana ya se cultivaba de manera masiva a lo largo de todo el país, por lo mismo el Estado decomisa la planta como nunca antes, por ejemplo, de 1960 a 1970 se estima que se decomisaron 500 toneladas, mientras que solamente de 1970 a 1976 la cifra pasó a ser 3800 toneladas, los traficantes encuentran nuevas formas de empaquetamiento para ocultar la mercancía tales como latas de jugo de tomate o latas de chile (p.153).

En el inicio del periodo neoliberal, en la década de los 80 y 90, se intensifican los pactos entre la policía y los grupos que venden la *cannabis*, la protección a la gente de clase alta que está involucrada en tráfico se hace más frecuente, grupos sociales como políticos y banqueros empiezan a “brindar protección, asesoría financiera o incluso ser socios de los traficantes” (p. 155).

## Bibliografía

- *¡Bad Bunny se corona en 'Spotify'! Es el artista de habla hispana más escuchado del mundo en 2020.* (2020, diciembre 1). [Periódico]. Milenio. <https://www.milenio.com/espectaculos/musica/bad-bunny-artista-latino-escuchado-mundo-spotify-2020>
- *¿Cómo funcionan las playlists de Spotify?* (2019). [Web de Tecnología]. Digital Surves. <https://www.digital-surfers.com/blog/como-funcionan-las-playlists-spotify#:~:text=Pero%2C%20%C2%BFc%C3%B3mo%20se%20generan%20estas,puedan%20ser%20de%20su%20agrado.>
- *¿Cómo reconocer géneros musicales?* (2012). El club del rock. <https://elclubdelrock.com/criticas-y-opinion/como-reconocer-generos-musicales/>
- *¿De dónde viene la salsa? Origen y evolución.* (2021, abril 27). [Web musical]. Dance Emotion. <https://dancemotion.es/de-donde-viene-la-salsa-origen-y-evolucion/>
- *¿Qué es el global bass?* (2020, abril 23). Wakantankarecords. <https://wakantankarecords.com/2020/04/23/que-es-el-global-bass/>
- *¿Qué instrumentos se utilizan en los corridos?* (2022). [Web informativa]. Preguntas Principales. <https://preguntasprincipales.com/library/lecture/read/216221-que-instrumentos-se-utilizan-en-los-corridos>
- *A Guide to aesthetic fashion, everything you need to know.* (2019). [Moda]. A Esthetically Chic Beauty. <https://aestheticallychicbeauty.com/a-guide-to-aesthetic-fashion/>
- *Abogado de Industria Musical, Por qué, Cómo y Cuando Conviene.* (2018). [Web Musical]. Promoción Musical. <https://promocionmusical.es/abogado-industria-musical-por-que-como-cuando-conviene/>

- *ACTUALIZACIÓN DE LA MEDICIÓN DE LA ECONOMÍA INFORMAL 2003-2021, PRELIMINAR.* (2022). [Web informativa]. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/MDEI/MDEI2021.pdf>
- Aigul Sh. Kossanovaa, Zhanat R. Yermanova, Aizhan S. Bekenovaa, Aizhan A. Julmukhamedovaa, Roza Ph. Takezhanovaa and Saule S. Zhussupovaa. (2016). Music as the Representative of the World Picture, the Phenomenon of Culture. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ENVIRONMENTAL & SCIENCE EDUCATION*
- Alvarez, M. (2022, septiembre 5). *Así fue la presentación de Daddy Yankee en Veracruz hace 16 años* [Web de Noticias]. Cocktelera. <https://www.cocktelera.com.mx/daddy-yankee-en-veracruz-hace-16-anos/>
- AngelMind. (2018, mayo 8). *Ritmo, Melodía, Armonía y Métrica (Teoría Musical) Como se hace la Música | AngelMind* [Web audiovisual]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=fC9iy2ltXL0>
- *Antibalas Setlist.* (2013). Setlist FM. <https://www.setlist.fm/setlist/antibalas/2013/explanada-san-francisco-puebla-de-zaragoza-mexico-beaa94a.html>
- *Antibalas.* (2021). [Web Musical]. Mozaart. <https://mozaart.com/es/a/antibalas>
- *Antibalas.* (2021). [Web Musical]. Mozaart. <https://mozaart.com/es/a/antibalas>
- *Antro de reguetón en Tepito causa sensación en redes y ya 'todos quieren ir.* (2022, noviembre 16). [Web de Noticias]. El Siglo De Torreón. <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/2022/antro-de-regueton-en-tepito-causa-sensacion-en-redes-y-ya-todos-quieren-ir.html>
- Arcos, Y. (2022, noviembre 30). *¡Ya llegó el Festival de la Cumbia a la Central de Abasto!* [Web Cultural]. CDMX Secreta. <https://cdmxsecreta.com/festival-de-la-cumbia-2022-central-de-abasto/>



- Arias, Marina. 2020. "Rasgos estilísticos del reggaetón *mainstream*, una aproximación desde la producción musical". *Cuadernos de Etnomusicología*. N°15
- *Así llegó la cumbia a México*. (2021). [web cultural] México Desconocido. <https://www.mexicodesconocido.com.mx/asi-llego-la-cumbia-a-mexico.html#:~:text=Hoy%20la%20cumbia%20mexicana%20incluye,identidad%20popular%20de%20los%20mexicanos>.
- Astorga, L. (2016). *El siglo de las drogas. Del Porfiriato al nuevo milenio* (Segunda Edición). De Bolsillo.
- *Aux origines du Reggae*. (2008, noviembre 12). [Web Musical]. Reggae FR. [https://reggae.fr/lire-article/1074\\_aux-origines-du-reggae.html](https://reggae.fr/lire-article/1074_aux-origines-du-reggae.html)
- Avilés-Ochoa, Ezequiel, & Canizalez-Ramírez, Paola M. (2015). Industrias culturales y crecimiento económico. Un modelo para el estudio del surgimiento de clusters creativos. *Economía, sociedad y territorio*, 15(47), 185-216. Recuperado en 10 de abril de 2023, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-84212015000100008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212015000100008&lng=es&tlng=es).
- Ayala, R. (2019, marzo 12). *Historia del Vive Latino: 20 años de desentrañar todas las posibilidades de la música* [Web Cultural]. Cultura Colectiva. <https://culturacolectiva.com/musica/historia-del-vive-latino/>
- Baker, G. (2009). The Politics of Dancing: Reggaetón and Rap in Havana, Cuba. En R. Rivera, W. Marshall, & D. Pacini (Eds.), *Reggaetón*. Duke.
- *Barrio Fino*. (2016). [Web Musical]. AMPROFON. <https://web.archive.org/web/20160305191507/http://www.amprofon.com.mx/certificaciones-amprofon.php?key=Daddy+Yankee&action=Buscar&anio=&disquera=&tipoAlbum=&tipoCertificacion=>
- Bartra, B. (2019, noviembre 14). *El poco discreto encanto del reggaetón*.
- Bastero, M. (2023, enero 25). *Historia de TikTok: Claves, curiosidades y evolución de la red social a la que todos quieren imitar* [Web de Marketing]. Marketing 4 Ecommerce.

[https://marketing4ecommerce.net/historia-de-tiktok-que-es/#:~:text=seguidores%20en%20TikTok-.ByteDance%2C%20el%20origen%20de%20la%20historia%20de%20TikTok,como%20Douyin%20\(diciembre%202016\).](https://marketing4ecommerce.net/historia-de-tiktok-que-es/#:~:text=seguidores%20en%20TikTok-.ByteDance%2C%20el%20origen%20de%20la%20historia%20de%20TikTok,como%20Douyin%20(diciembre%202016).)

- Bear, David, and Kenneth Gloag. 2005. *Musicology. The Key concepts*. Oxfordshire: Routledge; Buch, Esteban. 2013. Pensar la música desde las ciencias sociales. Entrevista a Esteban Buch edited by Igor Hernández Barbosa Contreras Zubillaga, Sonsoles: Trans. Revista Trascultural de Música: No. 17.
- Bear, David, and Kenneth Gloag. 2005. *Musicology. The Key concepts*. Oxfordshire: Routledge; Buch, Esteban. 2013. Pensar la música desde las ciencias sociales. Entrevista a Esteban Buch edited by Igor Hernández Barbosa Contreras Zubillaga, Sonsoles: Trans. Revista Trascultural de Música: No. 17.
- Becerril, A. (2018). *La historia del rock mexicano, una crónica del Sr. González* [Web de Noticias]. El Financiero. <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/La-historia-del-rock-mexicano-una-cronica-del-Sr.-Gonzalez-20180930-0001.html>
- Bein, K. (2014, noviembre 3). *Tootsie Rolls, «Hoochie Mamas,» and Cars That Go Boom: The Story of Miami Bass* [Web Musical]. Vice. <https://www.vice.com/en/article/ez8ezw/tootsie-rolls-hoochie-mamas-and-cars-that-go-boom-the-story-of-miami-bass>
- Benjamin, W. (2015). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica (RLull - edición digital)
- Besora, M. (2020, febrero 11). *Brevísima historia de la música trap* [Web Cultural]. Centro de Cultura Contemporanea de Barcelona. <https://lab.cccb.org/es/brevisima-historia-de-la-musica-trap/>
- Binmore, K. (2007). *La teoría de juegos, una breve introducción*. (p. 287) Alianza Editorial.
- *Biografía de Natanael Cano*. (2020, octubre 4). [Web Musical]. Buena Música. <https://www.buenamusica.com/natanael-cano/biografia>

- *Biografía de Pancho El Antifeka*. (2021). [Web Musical]. Buena Música. <https://www.buenamusica.com/pacho-el-antifeka/biografia>
- *Biografía Jacob Forever*. (2018). Buena Música. <https://www.buenamusica.com/jacob-forever/biografia>
- Borah, W. (1967). *La población de México en el siglo XVI*. México: Fondo de Cultura Económica.
- *Breve historia del reguetón cubano (Parte 1)*. (2020, enero 5). [Web Musical]. Havana Music. <https://havanamusicsschool.com/es/breve-historia-del-regueton-cubano-parte-i-langes/>
- British Council. (2019, octubre 10). *Acerca de nosotros* [Web Cultural]. British Council Colombia. [https://www.google.com/search?q=acerca+de+nosotros+british+council+colombia&rlz=1C1GCEA\\_enMX1011MX1011&oq=acerca+de+nosotros+british+council+colombia&aqs=chrome..69i57j69i60.16113j1j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=acerca+de+nosotros+british+council+colombia&rlz=1C1GCEA_enMX1011MX1011&oq=acerca+de+nosotros+british+council+colombia&aqs=chrome..69i57j69i60.16113j1j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
- Bruciaga, W. (2020, febrero 20). *Blow Bar* [Web Cultural]. Time Out México. <https://www.timeoutmexico.mx/ciudad-de-mexico/gay-y-lesbico/blow-bar>
- Byron, M (Citado en Davila, J. (2009). You got your reggaetón in my hip hop: crunkaio and spanish music in the Miami urban scene. En R. Rivera, W. Marshall, & D. Pacini (Eds.), *Reggaetón*. Duke)
- *Caliente 99 FM en directo*. (2021). [Web musical]. My Tuner. <https://mytuner-radio.com/es/emisora/pais/mexico/genero/reggaeton-estaciones>
- *Calle 13: «Digo Lo Que Pienso» (Video oficial)*. (2013). [Web audiovisual]. Craneo Films. <https://www.youtube.com/watch?v=YWGVWGa5wuE>
- Camacho, C. (2014, diciembre 16). Los asesinados que el perredismo quiere olvidar. *Rebelión*. Recuperado de <https://rebellion.org/los-asesinados-que-el-perredismo-quiere-olvidar/>
- Camargo, G. (2019, marzo 1). *X años del Nrmal* [Web informativa]. Time Out. <https://www.timeoutmexico.mx/ciudad-de-mexico/musica/x-anos->



Billboard. <https://www.billboard.com/music/latin/ozuna-breaks-record-billboard-latin-music-awards-8508796/>

- Cobo, L. (2020, noviembre 10). *In Mexico, the World's Third-Largest Concert Promoter Prepares For Live Music's Return* [Web de Noticias]. Billboard Pro. <https://www.billboard.com/pro/ocesa-alejandro-soberon-kuri-interview-photos/>
- Coca, L. (2015, junio 3). *RAP ¿VS.? REGGAETON: EL ETERNO DEBATE ENTRE DOS GÉNEROS QUE HAN HECHO HISTORIA*. Los 40 Principales. [https://los40.com/los40/2022/06/03/los40urban/1654254124\\_215664.html](https://los40.com/los40/2022/06/03/los40urban/1654254124_215664.html)
- Colino, C. (2021). Método comparativo. En R. Reyes, *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales*. Universidad Complutense de Madrid.
- *Costumbres del Caribe*. (2022, octubre 14). [Web Cultural]. Iberojet. <https://paquetes.iberojet.com/blog/costumbres-del-caribe#:~:text=Hablamos%20de%20ciertas%20costumbres%20del,las%20velas%20y%20los%20crucifijos.>
- *Costumbres del Caribe*. (2022, octubre 14). [Web Cultural]. Iberojet. <https://paquetes.iberojet.com/blog/costumbres-del-caribe#:~:text=Hablamos%20de%20ciertas%20costumbres%20del,las%20velas%20y%20los%20crucifijos.>
- Cristina, P. (2014). *Estrategias de comunicación y promoción de la Industria Musical. Music Branding* [Trabajo de Grado]. Universidad Autónoma de Barcelona.
- *Cuando es el Coca Cola Flow Fest 2021 y quiénes van a estar*. (2021, noviembre 23). [Web de Noticias]. Claro. <https://www.marca.com/claro-mx/trending/2021/11/23/619d3430ca47410f6c8b45be.html>
- Curry, D. (2022, febrero 1). *Music Streaming App Revenue and Usage Statistics (2023)* [Web de Marketing]. Business of Apps. <https://www.businessofapps.com/data/music-streaming-market/>

- *Daddy Yankee* (2020). [Web Musical]. Last FM. <https://www.last.fm/es/music/Daddy+Yankee/+events>
- Dahms, H. (2014). *Mediations of Social Life in the 21st Century* (1.<sup>a</sup> ed., Vol. 32). Emerald.
- *David Bowie Setlist*. (2010). [Web Musical]. Setlist FM. <https://www.setlist.fm/setlist/david-bowie/1997/autodromo-hermanos-rodriguez-mexico-city-mexico-1bd70d08.html>
- Davila, J. (2009). You got your reggaetón in my hip hop: crunkaio and spanish music in the Miami urban scene. En R. Rivera, W. Marshall, & D. Pacini (Eds.), *Reggaetón*. Duke
- De la Rosa, G. (2020, noviembre 12). *40 años del extraño concierto de The Police en el Hotel de México* [Web Cultural]. Rockstorias. <https://rockstorias.wordpress.com/2020/11/12/40-anos-del-extrano-concierto-de-the-police-en-el-hotel-de-mexico/>
- Díaz-Quiñones, A. (2012). El proceso de esclavización y la transformación cultural en Puerto Rico, siglo XVI. *Revista de Historia*, 22(2), 239-266.
- *Don Omar*. (2021). [Web Musical]. Last FM. <https://www.last.fm/es/music/Don+Omar/+events/2011>
- *Eddy K - Reggaeton*. (2015). [Web Musical]. Cuba Music. <https://www.cubamusic.com/Store/Artist/1237/eddy-k>
- *El cartel del Coca-Cola Flow Fest ya salió y aquí te decimos lo que puedes esperar de este festival lleno de ritmos y artistas urbanos*. (2019). [Web Musical]. Marvin. <https://marvin.com.mx/coca-cola-flow-fest-2019-cartel-artistas-aniel-aa-ozuna/>
- *El Cumbiodromo*. (2022, enero 9). Aire Libre FM. <https://airelibre.fm/shows/cumbiodromo/>
- *El éxito de Spotify y su estrategia*. (2017). [Web Musical]. The Power MBA. <https://www.thepowermba.com/es/blog/el-exito-de-spotify#:~:text=Spotify%20naci%C3%B3%20en%202008%20como,can,ciones%20sin%20tener%20que%20descarg%C3%A1rselas.>

- El Herald de México. (2021, abril 21). *Michael Jackson: Así fue su HISTÓRICA y ÚNICA visita a México*; <https://heraldodemexico.com.mx/cultura/2021/4/21/michael-jackson-asi-fue-su-historica-unica-visita-mexico-conocio-carlos-salinas-de-gortari-fotos-video-286663.html>
- *El indicador de tempo*. (2020, julio 20). Clases de Guitarra. <https://clasesdeguitarra.com.co/el-indicador-de-tempo/>
- *Emisoras de Radio de Reguetón de México*. (2021). [Web musical]. My Tuner. <https://mytuner-radio.com/es/emisora/pais/mexico/genero/reggaeton-estaciones>
- *Entren Los que Quieran*. (2011). [Web Musical]. Mexican Charts. <https://web.archive.org/web/20120404084033/http://mexicancharts.com/showitem.asp?interpret=Calle+13&titel=Entren+los+que+quieran&cat=a>
- *ESTE ES EL LINE-UP OFICIAL DEL COCA-COLA FLOW FEST*. (2018). [Web Musical]. Los 40. [https://los40.com.mx/los40/2018/11/15/musica/1542248693\\_482400.html](https://los40.com.mx/los40/2018/11/15/musica/1542248693_482400.html)
- Estévez, A. (2017, diciembre 16). *Los prejuicios contra el reggaetón* [Web Cultural]. Replicante. <https://revistareplicante.com/los-prejuicios-contra-el-reggaeton/>
- Exa 91.3 (2021) <https://onlineradiobox.com/mx/xhpt/>
- *Executive Managment Board Leardership*. (2021). Universal Music. <https://www.universalmusic.com/company/>
- *Executives*. (2021). Sony Music. <https://www.sonymusic.com/executives/>
- Fajardo, L. (2015, abril 13). *¿Qué tan representativos son los cubanos de los demás latinos en Estados Unidos?* [Portal de noticias]. BBC News. [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/04/150406\\_internacional\\_cubanos\\_hispanos\\_eeuu\\_lf#:~:text=Ninguno%20de%20los%20otros%20grupos,construido%20un%20baluarte%20pol%C3%ADtico%20formidable](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/04/150406_internacional_cubanos_hispanos_eeuu_lf#:~:text=Ninguno%20de%20los%20otros%20grupos,construido%20un%20baluarte%20pol%C3%ADtico%20formidable)

- *Farruko—Passion Whine ft. Sean Paul (Official Video)*. (2014, mayo 27). [Web audiovisual]. Farruko. [https://www.youtube.com/watch?v=MNmc\\_XJp5rI](https://www.youtube.com/watch?v=MNmc_XJp5rI)
- Ferriol, L. (2016, febrero 9). *¡Al fin! Yomil y el Dany nominados a un premio internacional* [Revista digital]. Vistar Magazine. <https://vistarmagazine.com/yomil-y-el-dany-premio-internacional/>
- Frances Negrón-Muntaner, & Raquel Z. Rivera. (2009). *Nación Reguetón*. en Nueva Sociedad
- García, G. (2019, noviembre 26). *Las claves del éxito del reguetón y por qué su lenguaje provocador y contestatario es la crónica de este tiempo*. WMagazín. <https://wmagazin.com/relatos/las-claves-del-exito-del-regueton-y-por-que-su-lenguaje-provocador-y-contestataro-es-la-cronica-de-este-tiempo/#reguet%c3%b3n-se-escribe-con-h-de-historia>
- García, J. (2016). *J Balvin rompe récord de ventas en México*. El Diario NY. <https://eldiariony.com/2016/06/30/j-balvin-rompe-record-de-ventas-en-mexico/>
- García, P. (2019, septiembre 2). *Esa mi Pau! – Entrevista exclusiva para Hello DF* (C. González) [Hello DF]. <https://hellodf.com/esa-mi-pau-entrevista-exclusiva-para-hello-df-por-carlosgvi/>
- *Género (música)*. (2011, junio 20). EcuRed. [https://www.ecured.cu/G%C3%A9nero\\_\(m%C3%BAsica\)#Multitud\\_de\\_g.C3.A9neros\\_musicales](https://www.ecured.cu/G%C3%A9nero_(m%C3%BAsica)#Multitud_de_g.C3.A9neros_musicales)
- Gil Lozano, J. (2013). *Las progresiones de acordes mas usadas en los hits musicales* [Web Musical]. Triunfar en la música. <https://trunfarenlamusica.com/progresiones-de-acordes-usadas-hits-musicales/>
- *Global Religious Futures of Puerto Rico*. (2021, agosto 18). [Web informativa]. Pew Researcher Center. [http://www.globalreligiousfutures.org/countries/puerto-rico#/?affiliations\\_religion\\_id=37&affiliations\\_year=2010](http://www.globalreligiousfutures.org/countries/puerto-rico#/?affiliations_religion_id=37&affiliations_year=2010)



- Gobierno de México. (2020, mayo 20). *Multiforo Urbano Bajo Circuito* [Secretaría de Cultura]. Sistema de información cultural. [https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=teatro&table\\_id=841](https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=teatro&table_id=841)
- Goffman, E. (1991). El orden social y la interacción. En Yves Winkin (Ed.), *Los momentos y sus hombres* (p. 227). Paidós.
- Gómez, J. (2022). *Hibridaciones sonoras. La música y sus interacciones culturales a través de diversos ejemplos* [Web Cultural]. Sulponticello. <https://sulponticello.com/iii-epoca/hibridaciones-sonoras-la-musica-y-sus-interacciones-culturales-a-traves-de-diversos-ejemplos-1/>
- Gómez, J. (2023, enero 14). *Bellakath: Los 5 VIDEOS más vistos de la cantante en TikTok tras cierre de su cuenta* [Web informativa]. El Heraldo de México. <https://heraldodemexico.com.mx/espectaculos/2023/1/14/bellakath-los-videos-mas-vistos-de-la-cantante-en-tiktok-tras-cierre-de-su-cuenta-472363.html>
- González, D. (2023, marzo 31). *El Chulo* [Web informativa]. Cibercuba. <https://www.cibercuba.com/tags/chulo>
- González, E. (2014). *Las juventudes en la escena del reggaetón: Chakas y combos en el Distrito Federal y Zona Metropolitana del Valle de México* [Tesis de licenciatura]. UACM.
- Gonzalez-Neira, A., & Quintas-Froufe, N. (2015). *REVISIÓN DEL CONCEPTO DE TELEVISIÓN SOCIAL Y SUS AUDIENCIAS*.
- *Grammy Latino 2016, los ganadores*. (2016). [Web Musical]. Soft Radio. <http://softradio.com.ar/noticias/grammy-latino-2016-los-ganadores/>
- Grebe Vicuña, M. (1991). Aportes y limitaciones del Análisis Musical en la Investigación Musicológica y Etnomusicológica. *Revista Musical Chilena*, 45(175), p.10-18.
- *Grupo Multimedios*. (2021) [Web mediática]. TELEVISIÓN-MULTIMEDIOS. <https://www.multimedios.com/>
- Guerrero, A. (2018, diciembre 6). *Spotify reveló a sus artistas más escuchados del 2018*. Nación Rex. <https://www.nacionrex.com/spotify->

[artistas-mas-escuchados-generos-canciones-lista-completa-2018-t201812060004.html](http://artistas-mas-escuchados-generos-canciones-lista-completa-2018-t201812060004.html)

- Guerrero, A. (2022). ¿Afrobeat o Afrobeats? *PUEEA - UNAM*. <http://pueea.unam.mx/multimedia/afrobeat-o-afrobeats>
- Guerrero, J. (2012). El género musical en la música popular: Algunos problemas para su caracterización. *Revista Transcultural de Música*, 16, 22.
- Hernández, J. (2022, junio 16). *¿Realmente se suben 60 mil canciones al día a Spotify?* Industria Musical.
- Hernández, J. (2022, junio 16). *¿Realmente se suben 60 mil canciones al día a Spotify?* Industria Musical. <https://industriamusical.com/realmente-se-suben-60-mil-canciones-al-dia-a-spotify/>
- *History of Soca Music, a Child of Calypso*. (2011). [Web de arte]. Artdrum. [http://www.artdrum.com/ESSAY\\_SOCA\\_MUSIC\\_HISTORY.htm](http://www.artdrum.com/ESSAY_SOCA_MUSIC_HISTORY.htm)
- Howell, J. (2021, julio 3). *Disco* [Web Cultural]. Kineshma. <https://es.kineshma.net/Disco-11403>
- Howell, J. (2021, julio 3). *Disco* [Web Cultural]. Kineshma. <https://es.kineshma.net/Disco-11403>
- *IFPI. Global Music Report*. (2022). [https://cms.globalmusicreport.ifpi.org/uploads/Global Music Report State of The Industry 5650fff4fa.pdf](https://cms.globalmusicreport.ifpi.org/uploads/Global_Music_Report_State_of_The_Industry_5650fff4fa.pdf)
- Igarza, R. (2010). Nuevas formas de consumo cultural: Por qué las redes sociales están ganando la batalla de las audiencias. *Escuela Superior de Propaganda y Marketing de Sao Pablo*, 7(20), 90.
- Israel, M. (2010). Hiper música: La música en la era digital. *Revista Transcultural de Música*, 14, 8.
- *J Balvin 6AM - RIAA*. (2015). [Web Musical]. RIAA. [https://www.riaa.com/gold-platinum/?tab\\_active=default-award&ar=J+Balvin&ti=6AM&format=Single&type=#search\\_section](https://www.riaa.com/gold-platinum/?tab_active=default-award&ar=J+Balvin&ti=6AM&format=Single&type=#search_section)

- *Jacob Forever*. (2014). [Web Musical]. Suena Cubano. <https://suenacubano.com/jacob-forever/#:~:text=Junto%20a%20los%2015%20%20a%C3%B1os,de%20mismo%20a%C3%B1o%20en%20el>
- James W. Russell. (1992, julio 12). Max Weber: Estudioso atormentado en un mundo intranquilo. *La Jornada*.
- Jiménez, M. (2013, agosto 16). *El «dancehall» y la tradición homófoba de la cultura «reggae»* [Web de Noticias]. El Confidencial. [https://blogs.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/empecemos-por-los-principios/2013-08-16/el-dancehall-y-la-tradicion-homofoba-de-la-cultura-reggae\\_17386/](https://blogs.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/empecemos-por-los-principios/2013-08-16/el-dancehall-y-la-tradicion-homofoba-de-la-cultura-reggae_17386/)
- Juárez, F. (2022). *ANTIBALAS LLEVA EL AFROBEAT AL FORO INDIE ROCKS!* [Web Musical]. Revista Kuadro. <https://revistakuadro.com/antibalas-lleva-el-afrobeat-al-foro-indie-rocks/>
- Kattari, K. (2014). Reggaeton. En D. Horn & J. Shepherd (Eds.), *bloomsbury encyclopedia of popular music of the world volumes viii – xiii: genres* (pp. 672-677).
- Kenia Os. (2019, julio 18). [Web informativa]. CMTV. <https://www.cmtv.com.ar/biografia/show.php?bnid=2671&banda=KeniaOs>
- Kiplin, J. (2020, enero 29). *20 años de Primavera Sound: Su historia* [Web Musical]. Lyte. <https://events.lyte.com/es/magazine/features/primavera-sound-story-so-far/>
- *La historia y el significado de la canción War*. (2023, julio 21). [Web Musical]. CMF Radio. [https://radio.callmefred.com/es/historia\\_cancion/war-bob-marley/](https://radio.callmefred.com/es/historia_cancion/war-bob-marley/)
- Labadle, A. (2017, marzo 15). *La cumbia argentina, un poco de historia* [Web Cultural]. Buenos Aires connect. <https://buenosairesconnect.com/cumbia-argentina-historia-musica/#>
- Labadle, A. (2017, marzo 15). *La cumbia argentina, un poco de historia* [Web Cultural]. Buenos Aires connect. <https://buenosairesconnect.com/cumbia-argentina-historia-musica/#>

- Lalama, M. (2014). *Estudio de la estructura y funcionamiento de la industria musical de rock en Quito y propuesta de mejoras*. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Lamacchia, C. (2017). *La música independiente en la era digital*. [Tesis de maestría]. Universidad Nacional de Quilmes.
- Lanert, J. (1994, noviembre 26). The Gringos are coming. *Billboard Newspaper*, 76.
- *Las estadísticas de YouTube 2022*. (2022). [Web de Marketing]. Kolsquare. <https://www.kolsquare.com/es/blog/las-estadisticas-de-youtube-2022/#stadisticas-generales-de-YouTube-en-2022>
- *Leadership*. (2021). Warner Music. <https://www.wmg.com/culture#contact>
- López Cano, R. (2015). Mexican Sonideros: Alternative bodies on street. *In Mediaciones de la Comunicación*, 10(10), 145-155.
- López, A. (2009, noviembre 20). *La música como herramienta para la cooperación* [Web informativa]. El Mundo. <https://www.elmundo.es/elmundo/2009/11/18/solidaridad/1258559009.html>
- Lopez, A. (2017, agosto 12). *El hip hop empezó tras una fiesta en Nueva York*. El País. [https://elpais.com/cultura/2017/08/11/actualidad/1502442803\\_063516.html](https://elpais.com/cultura/2017/08/11/actualidad/1502442803_063516.html)
- López, G. (2020, octubre 21). *Machete Music surgió pq yo veía lo que estaba pasando en la calle de PR y NYC con el reggaetón* (S. Jafet) [YouTube - Sparkof TV]. <https://www.youtube.com/watch?v=GfjuyOtJw14>
- Lopez, K. (2005, enero 4). *Daddy Yankee Reina en el TOP 40 del chart Tropical* [Web de Noticias]. Radio Notas. <https://web.archive.org/web/20050403195729/http://www.radionotas.com/newdev/discosdetails.asp?artid=117>

- Lopez, K. (2005, enero 4). *Daddy Yankee Reina en el TOP 40 del chart Tropical* [Web de Noticias]. Radio Notas. <https://web.archive.org/web/20050403195729/http://www.radionotas.com/newdev/discosdetails.asp?artid=117>
- López, M. (2023, noviembre 1). *El dancehall como goce y resistencia* [Web Cultural]. Afrochingonas. <https://afrochingonas.com/el-dancehall-como-goce-y-resistencia/>
- López, D. (Citado en Davila, J. (2009)). You got your reggaetón in my hip hop: crunkaio and spanish music in the Miami urban scene. En R. Rivera, W. Marshall, & D. Pacini (Eds.), *Reggaetón*. Duke)
- *Los 40*. (2021). Los 40 México. <https://los40.com.mx/>
- Lozano, E. (1999). Del sujeto cautivo a los consumidores nomádicos. En Guillermo Sukel, *El consumo cultural en América Latina* (1.ª ed., Vol. 1, pp. 40-64). Convenio Andrés Bello.
- Luci, S. y Soares, T. (2019). *Reguetón en Cuba: Censura, ostentación y grietas en las políticas mediáticas*. 9-12.
- Macías, C. (2008). La fiesta: Preservación de la cultura popular en América Latina. *Universidad Nacional de Seúl*.
- *MARIEL MARIEL: SU MÚSICA, SU FLOW Y SU BATALLA PARA QUE MÁS CANTANTES MUJERES LLEGUEN A LOS ESCENARIOS*. (2019, febrero 27). [Web de feminismo]. Genias. <https://genias.cl/blogs/blog/mariel-mariel-su-musica-su-flow-y-su-batalla-para-que-mas-cantantes-mujeres-lleguen-a-los-escenarios#:~:text=Maribel%20Villagra%2C%20m%C3%A1s%20conocida%20como,se%20suban%20a%20los%20escenarios.>
- Marínez, W. (2017). *La evolución del «Trap»*. Time Toast. <https://www.timetoast.com/timelines/la-evolucion-a6e74964-69f8-4d94-b853-31991ef8e057>
- Márquez, I. (2010). Hipermúsica: La música en la era digital. *Revista transcultural de música*.

- Marshall, W. (2008). Dem Bow, Dembow, Dembo: Translation and Transnation in Reggaeton. *Lied Und Populäre Kultur / Song and Popular Culture*, 53, 131–151. <http://www.jstor.org/stable/20685604>
- Marshall, W., Rivera, R., & Pacini, D. (2010). Los circuitos socio.sónicos del reggaetón. *Revista Transcultural de Música, Sociedad de Etnomusicología, Barcelona*.
- Martel, F. (2010). *Cultura Mainstream*. Taurus.
- Martínez, D. (2014). Música, imagen y sexualidad: El reggaetón y las asimetrías de género. *El Cotidiano UAM*, 7.
- Martínez, L., & Delgado, D. (2018, septiembre 24). *¿Qué es el hip hop?* [Web de cultura y arte]. Muy Interesante. <https://www.muyinteresante.es/cultura/arte-cultura/articulo/que-es-el-hip-hop-871377255918>
- Martínez, M. (2018, junio 12). *LA CUMBIA DEL INFINITO, DE IZTAPALAPA PARA EL MUNDO* [Web Cultural]. Literal Magazine. <https://literalmagazine.com/la-cumbia-del-infinito-de-iztapalapa-para-el-mundo/>
- MDB Crew. (2021). *Vivimos como Capos (Video Oficial)* [Web audiovisual]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=0zsD8S4GGGI>
- *MEET OZUNA: ONE OF THE LATIN ARTISTS FEATURED IN THE NEWLY RELEASED GUINNESS WORLD RECORDS 2020 EDITION*. (2019, septiembre 9). Guinness World Record. <https://www.guinnessworldrecords.com/news/2019/9/meet-ozuna-one-of-the-latin-artists-featured-in-the-newly-released-guinness-worl-589718/>
- Mejía, M. (2003, abril 1). Sexualidad y derechos sexuales: El discurso de la Iglesia Católica. *Debate feminista*.
- Méndez, M. (2009). *LA HISTORIA EN EL VIRREYES APENAS COMIENZA* [Web Cultural]. MX CITY Guía Insider. <https://mxcity.mx/2014/07/la-historia-en-el-virreyes-apenas-comienza/>

- Mesa, J. (2019, noviembre 1). *Merengue* [Web musical]. About Español. <https://www.aboutespanol.com/merengue-2448667>
- Milán, M. (2017). *Historia y evolución de los estudios de grabación* [Web informativa]. Prezi. <https://prezi.com/bboybrktsxsy/historia-y-evolucion-de-los-estudios-de-grabacion/>
- Miriam, M. (2018, junio 12). *LA CUMBIA DEL INFINITO, DE IZTAPALAPA PARA EL MUNDO* [Web Cultural]. Literal Magazine. <https://literalmagazine.com/la-cumbia-del-infinito-de-iztapalapa-para-el-mundo/>
- Monroy, P. (2022, julio 12). *Baja Beach Fest: Celebrando la cultura latina en la playa* [Web Musical]. <https://es.rollingstone.com/baja-beach-fest-celebrando-la-cultura-latina-en-la-playa/>
- Monserrat, G. (2022, junio 2). *POSPUESTO: HELLO VIBES LLEGA A CDMX CON TEGO CALDERÓN* [Web Musical]. Indie Rocks. <https://www.indierocks.mx/agenda/pospuesto-hello-vibes-llega-a-cdmx-con-tego-calderon/>
- Monserrate, S. (2021). *Propuesta de identidad de marca para el músico y cantante nacional Marlon Ayala desde el Branding Digital* [Tesis de maestría]. Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Monterde, J. E. (1994). «Bases estéticas para la definición del neorrealismo». A: Actas del IV Congreso de la A. E. H. C. Madrid: Editorial Complutense, p. 37-53. También disponible en línea a: [Consulta: 30 septiembre 2011].
- Montoya, L. (2019, mayo 25). *C-Kan. Historia-Biografía*. <https://historia-biografia.com/c-kan/>
- Montoya, L. (2020, agosto 10). *Ghetto Kids* [Web de Historia]. Historia-Biografía. <https://historia-biografia.com/ghetto-kids/#:~:text=Fue%20creado%20a%20finales%20de.%C3%A1lbum%20de%20estudio%20Global%20Sound.>
- Moral, S. (2019, septiembre 12). *¿AMISTAD O INGRESOS? ANALIZAMOS EL PORQUÉ DE LAS COLABORACIONES* [Web

[https://los40.com/los40/2017/09/04/musica/1504544725\\_619763.html](https://los40.com/los40/2017/09/04/musica/1504544725_619763.html)

- Morales, A. y Romero J. (2019). Aproximación teórica y caracterización del trabajo del músico: Entre la precarización y la sobrevivencia. *E-Latina UBA*, 20(77).
- Moreno, F., & Quiña, G. (2018). La industria musical argentina en tiempos del negocio digital: Un análisis del lugar de las NTICs en las prácticas y discursos de sus actores. *Hipertextos - Universidad de la Plata*.
- Moris, J. (2016, julio 15). *Gente de Zona y Marc Anthony ganan el premio a «La Combinación Perfecta» en Premios Juventud 2016* [Noticias]. Cibercuba. <https://www.cibercuba.com/noticias/2016-07-15-u129488-gente-de-zona-y-marc-anthony-ganan-el-premio-la-combinacion-perfecta-en>
- Morris, J. (2016, mayo 13). *Yomil y el Dany alcanzan primer lugar de ventas en Google Play* [Web informativa]. Cibercuba. <https://www.cibercuba.com/noticias/2016-05-13-u129488-yomil-y-el-dany-alcanzan-primer-lugar-de-ventas-en-google-play>
- Mucha Onda. (2022, agosto 26). *Perfil de Mucha Onda* [Red Social]. Instagram. <https://www.instagram.com/muchaonda/?hl=es-la>
- Muchaonda. (2020, noviembre 26). «Mundos» de MULA: una aventura atípica y utópica [Web Musical]. Ibero 90.9. <https://ibero909.fm/blog/extracto-909-mundos-mula?fbclid=IwAR3WG7mWdNHthR4mujxMpTVrKMzZv0R1ocg9qJ3UySWQBOaUt5kWwLP-SEM>
- *Músicos, cantantes y compositores*. (2023). [Web de economía]. Mi Salario. <https://misalario.org/empleoysalario/funcion-y-sueldo/musicos-cantantes-y-compositores>
- MVS. (2021). [Noticias]. MVS NOTICIAS. <https://mvsnoticias.com/>
- Nayeli Rivera. (2016). *Las disqueras en la radio: ¿Quiénes dominan el mercado?* Monitor. <http://monitorlatino.com/las-disqueras-en-la-radio-quienes-dominan-el-mercado/>



- *Números 1 de 2004.* (2004). Los 40 Principales. <https://los40.com/lista40/numeros1/2004>
- *Ocesa Seitrack Managment.* (2021). Rocket Treach. [https://rocketreach.co/ocesa-seitrack-management\\_b455cbb0fc8b33ad](https://rocketreach.co/ocesa-seitrack-management_b455cbb0fc8b33ad)
- Olán, A. (2019, mayo 23). *¡El reggaeton mexicano llega a las Europas!* Dónde ir. <https://www.dondeir.com/colaboradores/el-reggaeton-mexicano-llega-a-las-europas/2019/05/>
- Olvera Gudiño, J. (2016). El rap como economía en la frontera noreste de México. *Frontera norte*, 28(56), 85-111. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-73722016000200085&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722016000200085&lng=es&tlng=es).
- *Omar Montes.* (2022). *Lecturas.* <https://www.lecturas.com/famosos/omar-montes>
- *Omar Yubeili, actor de televisión.* (2016, abril 1). Famous Birthday. <https://es.famousbirthdays.com/people/omar-yubeili.html>
- Orozco, G. (1991). *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su* Universidad Iberoamericana.
- Orozco, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar.*
- Ortíz Uribe, F. G. (2007). *La entrevista de investigación en las ciencias sociales.* Limusa
- Osman, M. (2022, junio 8). *Estadísticas y Datos Impresionantes del YouTube (El Segundo Sitio Más Visitado)* [Web de Tecnología]. Kinsta. <https://kinsta.com/es/blog/estadisticas-youtube/>
- Páez, F. (2020). *Cómo tocar en festivales (y qué tomar en cuenta)* [Web Musical]. Musicartes. <https://musicartes.org/como-tocar-en-festivales-y-que-tomar-en-cuenta/>
- Palacios, F. (2022, noviembre 28). *J Balvin se apropia una vez más del Flow Fest* [Web de Noticias]. J Balvin se apropia una vez más del Flow Fest. <https://www.excelsior.com.mx/funcion/j-balvin-se-apropia-una-vez-mas-del-flow-fest/1555194>
- Parra, J. (2019). *El libro de la cumbia.* Discos Fuentes.

- *Partes para componer Reggaeton*. (2020, mayo 10). [Web Musical]. Merece la pena. <https://www.mercelandapena.org/partes-reggaeton/>
- Parvez, T. (2022, abril 28). Análisis de mercado musical: El imparable crecimiento de la industria de la música digital en México [Web Musical]. SonoSuite. <https://sonosuite.com/es/blog/analisis-de-mercado-musical-el-imparable-crecimiento-de-la-industria-digital-de-musica-en-mexico/>
- *Pearl Jam*. (2022, septiembre 8). [Web Cultural]. Aloha Criticón. <https://www.alohacriticon.com/musica/grupos-y-solistas/pearl-jam/>
- Pereira, J. (2008). *Industria Musical en Colombia: Una aproximación desde los artistas, las disqueras, los medios de comunicación y las organizaciones*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Perris, J. (2014). "Marketing musical, el éxito detrás de una buena campaña de comunicación." *Revista El Publicista*, 390, 10-12.
- *PETER TOSH, «DOWNPRESSOR MAN» Y EL INESPERADO VIAJE DE LA CANCIÓN*. (2022, febrero 2). [Web Cultural]. UbiSoft. <https://www.ubisoft.com/es-mx/game/rocksmith/plus/news-updates/1PIRp0myGGAtpBaCbLADZn/peter-tosh-downpressor-man-y-el-inesperado-viaje-de-la-cancin>
- Picó, F. (2008). *Historia de Puerto Rico: Desde sus orígenes hasta el siglo XIX*. San Juan, Puerto Rico: Ediciones Huracán
- Piña, L. (2022, abril 16). "El reggaetón nos está afectando a todos en la industria independiente": La Santísima Voladora. *Crónica*.
- *Pixies*. (2017, febrero 2). [Web Musical]. Auido Kat. <https://www.audiokat.com/Pixies/biografia#:~:text=Pixies%20son%20un%20grupo%20procedente,Kim%20Deal%20y%20Dave%20Lovering>
- Plátano (Citado en Davila, J. (2009). You got your reggaetón in my hip hop: crunkaio and spanish music in the Miami urban scene. En R. Rivera, W. Marshall, & D. Pacini (Eds.), *Reggaetón*. Duke)
- *Pop Rock, Hard Rock, Glam Rock*. (2018). [Web Musical]. All Music. <https://www.allmusic.com/style/glam-rock-ma0000002619>

- *Premio Billboard*. (2021, noviembre 4). [Web Cultural]. Lifetime. <https://latam.lifetimeplay.tv/relaciones/la-historia-de-billboard>
- *Presentamos el reporte Musical del Año en TikTok 2021*. (2021, diciembre 13). [Red Social]. TikTok. <https://newsroom.tiktok.com/es-latam/el-ano-en-tiktok-2021-music-report>
- Puga, A. (2021, agosto 20). *Danna Paola con «Kaprichosa» cambia de equipo de management* [Web de Noticias]. Expreso. <https://www.expreso.ec/ocio/danna-paola-kaprichosa-cambia-equipo-management-110479.html>
- *Q3 2022 Update*. (2022, octubre 25). [Web Musical]. Spotify. [https://s29.q4cdn.com/175625835/files/doc\\_financials/2022/q3/Q3-2022-Shareholder-Deck-FINAL-LOCKED.pdf](https://s29.q4cdn.com/175625835/files/doc_financials/2022/q3/Q3-2022-Shareholder-Deck-FINAL-LOCKED.pdf)
- *QUE VIVAN LAS NOCHES DE BAILE INFINITO EN LA PISTA DEL BRONX CLUB*. (2016). [Web Cultural]. MX CITY Guía Insider. <https://mxcity.mx/2016/01/vivan-las-noches-baile-infinito-la-pista-del-bronx-club/>
- Quiñones, C. (2019). La música independiente en Puerto Rico y su sostenibilidad económica en un país en crisis. *Musiké*, 7(1).
- Quiñones, Z. (2020). Sobre estética y moda. *MAGOTZI*, 8(16), 33.
- *Radio DJ*. (2021). [Web Musical]. Promoción Musical. <https://promocionmusical.es/salidas-profesionales/radio-dj/#:~:text=Un%20DJ%20de%20radio%20o,en%20una%20estaci%C3%B3n%20de%20radio>.
- *Radiohead*. (2017, abril 20). [Web Cultural]. La Higuera. <https://www.lahiguera.net/musicalia/artistas/radiohead/biografia.php#:~:text=Radiohead%20se%20forma%20en%201987,empezaron%20a%20tocar%20m%C3%BAsica%20juntos>
- *Radiohead*. (2017, abril 20). [Web Cultural]. La Higuera. <https://www.lahiguera.net/musicalia/artistas/radiohead/biografia.php#:~:text=Radiohead%20se%20forma%20en%201987,empezaron%20a%20tocar%20m%C3%BAsica%20juntos>

- Ramírez, A. (2022, noviembre 24). *¿Qué es el cumbiatón? El género que Bellakath REVIVIÓ* [Web Musical]. Sónica. <https://www.sonica.mx/tendencias/2022/11/24/que-es-el-cumbiaton-el-genero-que-bellakath-revivio-19239.html>
- *RAP CUBANO*. (2010, abril 7). [Web Musical]. Raperos.com. <http://www.raperos.com/rap-cubano/>
- Redacción El Comercio. (2020, diciembre 6). *Spotify 2020: ¿Quiénes son los artistas más escuchados este año en la plataforma?* [Revista digital]. El Comercio. [Spotify 2020: ¿Quiénes son los artistas más escuchados este año en la plataforma?](https://www.elcomercio.com/2020/diciembre/spotify-2020-qui%C3%A9nes-son-los-artistas-m%C3%A1s-escuchados-este-a%C3%B1o-en-la-plataforma.html)
- Redacción Sonora Star. (2019, diciembre 3). *Estos son los artistas más escuchados de la década 2010 2019, según Spotify* [Revista digital]. Sonora Star. <https://sonorastar.com/2019/12/03/estos-son-los-artistas-mas-escuchados-de-la-decada-2010-2019-segun-spotify/>
- *Reggaeton Top Latino*. (2023). [Web de Radio]. iHeart Radio. <https://www.iheart.com/live/reggaeton-top-latino-8066/>
- *Reggaeton: ¿Cómo hacer una base de Dembow?* (2016). Escribir Canciones. <https://www.escribircanciones.com.ar/icomocomponermusica/4376-reggaeton-como-hacer-una-base-de-dembow.html>
- Reporte Música México 2022. (2022). AMPROFON.
- Rivera, R. Z. (2009). Policing Morality Mano Dura Style: The Casa of Underground Rap an Reggae in Puerto Rico in mid 1990-s. En R. Z. Rivera, W. Marshall, & D. Pacini (Eds.), *Reggaeton*. Duke.
- Riveros, J. (2018). *Streaming: La renovación digital de la industria musical*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Rodríguez, C. (2012). *Reggaeton, mujeres e identidades “yo quiero bailar... eso no quiere decir que pa’ la cama voy”* [tesis de maestría]. facultad latinoamericana de ciencias sociales sede Ecuador.
- Rodríguez, A. (2021, febrero 12). *ARMY OF SKANKS PRESENTA “UN OTAKU ME ROMPIÓ EL CORA”* [Web Musical]. Indie Rocks.

<https://www.indierocks.mx/musica/noticias/army-of-skanks-presenta-un-otaku-me-rompio-el-cora/>

- Rodríguez, A. (2021, febrero 12). *ARMY OF SKANKS PRESENTA “UN OTAKU ME ROMPIÓ EL CORA”* [Web Musical]. Indie Rocks. <https://www.indierocks.mx/musica/noticias/army-of-skanks-presenta-un-otaku-me-rompio-el-cora/>
- Roiz, J. (2019, octubre 17). *Anuel AA Leads 2019 Latin American Music Awards: Complete Winners List*. Billboard. <https://www.billboard.com/music/latin/latin-american-music-awards-2019-winners-list-8533338/>
- Saldaña, E. (2017). *Spotify en el 2017: J Balvin es el artista más escuchado en México y la música latina conquista el mundo* [Web de noticias]. Xataka. <https://www.xataka.com.mx/streaming/spotify-en-el-2017-j-balvin-es-el-artista-mas-escuchado-en-mexico-y-la-musica-latina-conquista-el-mundo>
- Salinas, P., & Ruiz, J. P. (2020). *Vamos pal perreo* (1era ed.). Fruta Bomba.
- Samponaro, P. (2009, octubre 1). Oye mi canto” (“Listen to My Song”): The History and Politics of Reggaetón. *Popular Musica and Society*, 32(4), 489-506.
- Sánchez, D. (2019, octubre 14). *Coca Cola Flow Fest 2019* [Web Cultural]. Time Out. <https://www.timeoutmexico.mx/ciudad-de-mexico/musica/coca-cola-flow-fest-2019>
- Sánchez, E. (2019). *Qué es Badabun, el canal mexicano que ha desbancado a ElRubius en YouTube* [Web de Noticias]. Lo mejor de verne. [https://verne.elpais.com/verne/2019/01/21/articulo/1548067636\\_126731.html](https://verne.elpais.com/verne/2019/01/21/articulo/1548067636_126731.html)
- Sánchez, J. (2018, agosto 16). *Así fue la primera visita de Madonna a la Ciudad de México*. Life and style.

<https://lifeandstyle.expansion.mx/entretenimiento/2018/08/16/primera-visita-de-madonna-a-la-ciudad-de-mexico>

- Sánchez, P. (2022). *El featurig en la industria musical: Claves en la colaboración de artistas*. Sympathy for the lawyer. <https://sympathyforthelawyer.com/hub/el-featurig-en-la-industria-musical/>
- Shepherd, J., & Devine, K. (2015). Introduction: Music and the Sociological Imagination. En Shepherd, J., & Devine, K (Ed.), *The routledge reader on the sociology of music* (Vol. 1, pp. 1-15).
- Shim, E. (3 de octubre de 2014). How the Internet Totally Destroyed Music Sales, in One Fascinating Interactive Chart. Mic. Recuperado el 15 de marzo de 2018 en <https://mic.com/articles/100400/how-the-internet-totally-destroyed-music-sales-in-one-fascinating-interactive-chart>
- *Social Conservatism*. (2014). [Web informativa]. ECPS. <https://www.populismstudies.org/Vocabulary/social-conservatism/>
- *Sonido Chagorama, Los Padres de la Patria*. (2012, diciembre 13). [Web informativa]. Chilango. <https://www.chilango.com/musica/sonido-changorama/>
- *Sonido La Changa: Esta es la historia del sonidero creado por Ramón Rojo Villa*. (2023, marzo 3). [Web de Noticias]. El Financiero. <https://www.elfinanciero.com.mx/entretenimiento/2023/03/03/sonido-la-changa-historia-del-sonidero-de-ramon-rojo-villa/#:~:text=Originario%20del%20mero%20coraz%C3%B3n%20de,Centro%20Hist%C3%B3rico%20de%20la%20CDMX.>
- *SoundCloud*. (2022). Crunchbase. <https://www.crunchbase.com/organization/soundcloud#src3>
- Sue, M. (2022). *Daddy Yankee: ¿cuál es el significado de la canción “Gasolina”?* [Web de Noticias]. La República. <https://larepublica.pe/espectaculos/2022/10/17/daddy-yankee-concierto-cual-es-el-significado-de-la-cancion-gasolina-daddy-gasolina-the-big-boss-daddy-yankee-evat/>

- Tapia, T. (2022, junio 2). *¡Por primera vez el Flow Fest será de dos días! Checa el cartel* [Web Cultural]. Dónde Ir. <https://www.dondeir.com/musica/flow-fest-2022-edicion-de-dos-dias/2022/05/>
- Tego Calderón actuará en el Coca-Cola Flow Fest. (2022, junio 16). Diario de México. <https://www.diariodemexico.com/escena/tego-calderon-actuara-en-el-coca-cola-flow-fest>
- The Strokes. (2018, septiembre 20). [Web Musical]. Kubomusical. <https://kubomusical.com/wiki/artistas/the-strokes/>
- Thillet, A. (2006). *La representación de la marginalidad por parte de la industria del reggaetón en Puerto Rico* [Tesis de maestría]. Universidad de La Habana.
- Thornton, M. (s. f.). *¿Qué es el corrido mexicano?* [Web informativa]. Almanaque. <https://acceso.ku.edu/unidad4/almanaque/corrido.shtml#:~:text=El%20corrido%20naci%C3%B3n%20a%20principios,populares%20hoy%20en%20d%C3%ADa%20tambi%C3%A9n.>
- Tielve, M. (2019, febrero 27). *EL NACIMIENTO DEL FESTIVAL CEREMONIA* [Web Musical]. Velv Magazine. <https://www.velvmagazine.com/blog/2019/2/18/ceremonia-a-lo-largo-de-los-aos>
- Torres, C. (2014). Nuevas tecnologías, nuevos negocios, nuevos actores, nuevos conflictos. *Revista TELOS*, 97.
- Torres, C. (2016). Músicos Independientes Mexicanos. *Revista Luciernaga*, 15
- Trejos, C. (2016, octubre 10). *Latin American Music Awards 2016: Lista de ganadores* [Noticias]. People en español. <https://peopleenespanol.com/article/latin-american-music-awards-2016-ganadores-musica-premios-telemundo/>
- Trost T. (2007). *The African Diaspora and the study of religion* (1.<sup>a</sup> ed.). Palgrave Macmillan.

- *Tu Pum Pum Letra*. (2019, marzo 1). [Web Musical]. Musica.Com. <https://www.musica.com/letras.asp?letra=927019>
- *Una Historia del Bronx*. (2013, diciembre 23). [Blog de historia]. El Imperio de Des. <https://elimperiodedes.wordpress.com/2013/12/23/una-historia-del-bronx/>
- *Underground*. (2020). [Blog de música]. Wiki Rap. <https://rap.fandom.com/es/wiki/Underground>
- University of Aarkansas. *The Rhetorical Situation*. (2020) [https://walton.uark.edu/business-communication-lab/Resources/downloads/The\\_Rhetorical\\_Situation.pdf](https://walton.uark.edu/business-communication-lab/Resources/downloads/The_Rhetorical_Situation.pdf)
- Vilchez, M. (2021, abril 11). *Danna Paola y sus inicios en telenovelas infantiles* [Web informativa]. Publimetro. <https://www.publimetro.com.mx/mx/entretenimiento/2021/04/11/danna-paola-telenovelas-infantiles-inicios.html>
- Villaseñor, E. (2022, febrero 23). *Karol G: La carrera de la colombiana que domina el género urbano* [Web Cultural]. Vogue. <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/karol-g-biografia-edad-canciones-de-la-cantante-colombiana>
- *Wisín & Yandel Maintain Billboard Chart Record with 8th #1 Single*. (2011, septiembre 27). Latin Friends. <https://www.latintrends.com/wisin-yandel-wisinyandel-maintain-billboard-chart-record-with-8th-1-single/>
- Woodside, J. (2018). La industria musical en México: Panorama crítico y coordenadas de análisis. *Boletín Música*, No. 41, 21–41.
- *Yandel x Rauw Alejandro—Dembow 2020 (Video Oficial)*. (2020, julio 30). [Web audiovisual]. Yandel. <https://www.youtube.com/watch?v=S416l8QyyFc>
- Yubeili, O. (2022, agosto 26). *Perfil de Yubeili* [Red Social]. Instagram. <https://www.instagram.com/omaryubeili/?hl=es-la>
- Yubeili, O. (2022, agosto 26). *Spotify de Yubeili*. [Streaming Musical]. Spotify. <https://open.spotify.com/artist/4Fsv1gBfqSyhzAPbhInXV>
- Zugasti, R. (2018). *La opinión pública y la conversación política en entornos digitales* (1era ed.). Egregius.



- Zytsar, Y. (2022, marzo 9). Cuál es el origen de la palabra “morra” [Web de Noticias]. Infobae.  
<https://www.infobae.com/america/mexico/2022/03/09/cual-es-el-origen-de-la-palabra-morra/>