

# Discursos del entretenimiento I

## Letras menores del siglo XX-XXI

Virginia P. Forace y Facundo Giménez  
compiladores

Virginia P. Forace// Facundo Giménez// Sabrina Riva// Lis  
Caroana// Micaela Concolino// Luciana Becchi// Ma. Victoria  
Chighini// Lucia Giacomozzi// Rocío Fernández// Marcos  
Enrique// Ma. Laura Facio// Magalí Enrique//

Discursos del entretenimiento I: letras menores del siglo XX-XXI / Virginia P. Forace ... [et al.] ; compilado por Virginia P. Forace; Facundo Giménez. - 1a ed .  
- Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata, 2018.  
Libro digital, EPUB.

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-544-863-6



1. Literatura. 2. Investigación. 3. Humanidades. I. Forace, Virginia II. Forace, Virginia Paola, comp. III. Giménez, Facundo, comp.  
CDD 807

**Discursos del entretenimiento I: letras menores del siglo XX-XXI / Virginia P. Forace ... [et al.] ;** compilado por Virginia P. Forace; Facundo Giménez. - 1a ed . - Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata, 2018.


**Autores:** Virginia P. Forace, Facundo Giménez, Sabrina Riva, Lis Caroana, Micaela Concolino, Luciana Becchi, Ma. Victoria Chighini, Lucía Giacomozzi, Rocío Fernández, Marcos Enrique, Ma. Laura Facio, Magalí Enrique.

**Diseño de tapa:** Virginia P. Forace.

**Maquetación epub:** Virginia P. Forace.

**Edición:** 1ra. - 2018.

Los conceptos, opiniones y referencias vertidos en este libro son responsabilidad exclusiva de cada uno de las autores firmantes.

 2018, Facultad de Humanidades/UNMDP.  
Funes 3350, MAR DEL PLATA (7600)  
Pcia. de Buenos Aires, Argentina.

# **Bailar es la táctica: un acercamiento a la canción de Calle 13**

Facundo Giménez  
CONICET-CELEHIS-Universidad Nacional de Mar del Plata

## **Resumen**

El siguiente trabajo presenta un acercamiento a la dimensión política de las canciones del grupo Calle 13, encabezado por René Pérez Joglar y Eduardo Cabrera. En principio, se analizará la construcción de la identidad latina hecha por el mercado musical a partir de la década del noventa, haciendo hincapié en la construcción de un horizonte de escucha que borra las diferencias nacionales para crear una zona franca de lectura, y que elige como polo irradiante a la ciudad estadounidense de Miami. La emergencia de Calle 13 repondrá modelos diversos de lo regional, recuperando formas tradicionales presentes en la canción de protesta, sobre la que, sin embargo, presentará variantes. La principal será la preminencia de lo mediático sobre lo poético, que se verá capitalizada en la inscripción táctica en el género del reggaetón de amplia popularidad a principios del siglo XXI. Dicha inscripción habilitará una comprensión diversa de lo político, cuyo rasgo principal será una apuesta por el cuerpo y, en particular, por la dimensión subversiva del baile.

**Palabras clave:** identidad latinoamericana; calle 13; industria musical; táctica.

En el año 2000, Néstor García Canclini observaba que las industrias culturales habían pasado a ser los actores predominantes en la comunicación y en la formación de la esfera pública en Latinoamérica. A la presencia dominante de los consorcios mediáticos norteamericanos se le sumaba la aparición en la década previa de importantes conglomerados regionales (*O Globo*, en Brasil, *Televisa*, en México, y el *Grupo Clarín*, en Argentina, entre otros) que acopiaban

una producción considerable y que producían bienes de cultura que se caracterizaban por ser, al mismo tiempo, internacionales y centrados. En consecuencia, las agendas nacionales y regionales fueron establecidas desde –y muchas veces, por– estos medios. Resulta evidente, entonces, que el análisis de sus producciones se hace indispensable para pensar tanto las formas de la participación política como la conformación de los diversos imaginarios latinoamericanos en el principio del siglo XXI.

Más allá del volumen –cada vez mayor– de inversiones públicas y privadas que estas industrias culturales han recibido en los últimos años, su consolidación en el plano regional involucra actualmente un significativo intercambio simbólico entre las naciones, que trae aparejados dos fenómenos que pueden ser fácilmente reconocibles: por un lado, la disminución de las producciones locales –en particular, la editorial y la cinematográfica– y, por otro, el proceso de “transnacionalización” de los medios productivos, de los contenidos y de sus formas de recepción. La producción cultural, cada vez más industrializada, circula en redes transnacionales de comunicación y, como resulta evidente, “es recibida por consumidores masivos que aprenden a ser públicos de mensajes desterritorializados” (2000: 92). Es por esta razón que comienza a pensarse en comunidades internacionales de espectadores que reducen la importancia de las diferencias entre países. Expresiones como las de la “cultura latina”, por lo tanto, designan una zona del mercado cultural que adelgaza la especificidad de lo local y se vierte sobre un conjunto de rasgos vagos y diversos, pero, al mismo tiempo, fácilmente reconocibles por una comunidad transnacional. Esto parece quedar claro cuando observamos, por ejemplo, la recurrencia –en particular en la población joven– de prácticas culturales fuertemente homogeneizadas, que dan cuenta de una producción que se caracteriza por ser captada, sin dificultad, por diversas sociedades, más allá de sus rasgos políticos, sociales o nacionales de cada una. Así, los consumidores de diferentes clases sociales son capaces de leer las citas de un imaginario multilocalizado agrupado por la televisión, la publicidad, la radio e internet.

El reacomodamiento de la esfera de lo público en el flujo de las industrias masivas, que observa el antropólogo argentino, es fundamental para comprender la aparición de expresiones musicales que afirman, paradójicamente, su matriz local en una circulación internacional o que se presentan bajo el signo

de la protesta y participan abiertamente de las formas de distribución y consagración que estos grupos multimediáticos concentrados alientan. Un caso emblemático es el del grupo *Calle 13*, que en la última década ha sabido cultivar un repertorio tan divertido, soez y bailable, como abiertamente polémico, comprometido y controversial. Esta banda puertorriqueña, liderada por los hermanastros René Pérez Joglar y Eduardo Cabra Martínez, y surgida en el año 2005 al calor del proceso de internacionalización del reggaetón, ha reconocido la preeminencia de las industrias culturales en la construcción de lo público y, lejos de haberse opuesto a participar en su circuito, ha elegido operar desde ese espacio. Han firmado con uno de los sellos discográficos más concentrados del mundo, como lo es Sony, han vendido millones de discos y se han convertido en el grupo que más premios *GRAMMYs* latinos ha obtenido en la historia. Se trata, además, de un conjunto musical que, al mismo tiempo que afirma ser “la *fokin* moda”, denuncia los modos de consagración y circulación de las disqueras, como sucede en “Calma, Pueblo” (*Entren los que quieran*: 2010) donde escuchamos: “Tu vendes porque tú mismo te compras tus propios discos./ No me digas que no: si a mí me han ofrecido hacer eso. / La mitad de los artistas deberían estar presos”. La contradicción, lejos de apagar su interés, ha sido una marca constante que ha avivado tanto demoledoras críticas como multitudinarias adhesiones. Reggaetoneros comprometidos, revolucionarios de Sony, *gansters* pacifistas, buscadores del pasado taíno por la vía del mp3, vestidos por Adidas y en contra de Adidas, latinoamericanistas de “clase media baja” –como se muestra en el documental *Sin Mapa* (De Beaufort y Posada, 2009)– yendo a buscar sus *GRAMMYs* a Miami en limusina, *Calle 13* ha sabido explorar las contradicciones del discurso político del siglo XXI y se ha instalado en su centro.

Este horizonte contradictorio nos pone, una y otra vez, frente a una serie de interrogantes que remasterizan las polémicas que por los años sesenta y setenta dirimían los destinos de la canción de protesta o, como la llamó Umberto Eco, la “canción diversa” (2008): ¿Cómo es posible enunciar un mensaje “revolucionario” o al menos “comprometido” cuando el espacio de dicha enunciación está diseñado y vehiculizado por grandes corporaciones fuertemente concentradas que, paradójicamente, refuerzan su posición con la contribución de estos discos? ¿La canción puede ser un bien de mercado y al mismo tiempo estar

en contra del mercado? ¿Es posible salir de las formas de homogenización que produce la industria musical sin caer en el silencio? ¿Acaso la canción de protesta no es una zona más del mercado y, por cierto, no de las menos rentables? ¿Es posible escapar al proceso de internacionalización y desterritorialización antes descrito? O quizá lo que resulte más dramático de la postura de García Canclini: ¿hay una esfera pública por fuera de los conglomerados culturales? El polémico derrotero de *Calle 13* nos invita a pensar, entonces, en las formas de lo político dentro de la esfera pública que construyen los medios.

## **Lo local, lo latino: formas diversas de Latinoamérica**

El grupo puertorriqueño ha detectado con notable precisión el problema de las nuevas identidades regionales que, como dijimos, circulan en torno de los grupos multimediáticos. En el disco *Entren los que quieran* (2010) esta problemática es abordada desde una canción emblemática, titulada “Latinoamérica”. La canción recorre la escena del continente a partir de su propia identificación: “Soy el desarrollo en carne viva, / un discurso político sin saliva. / Las caras más bonitas que he conocido, / soy la fotografía de un desaparecido”. El texto es una larga enumeración que recurre a una memoria histórica y cultural tan precisa como dispersa que, a pesar de la diferencia, establece una suerte de cohesión. Se trata de un mosaico de rostros, acontecimientos y paisajes con los que el cantante se apropia. Como dirían Ernesto Laclau y Chantal Mouffe, ninguna enumeración es inocente, en la medida en que se trata de una operación que implica importantes desplazamientos de sentido y que pone en juego un sistema de equivalencias que reacomoda las identidades que lo fundan (2010: 108-109). De este modo, el heterogéneo grupo de actores congregados en la enumeración de *Calle 13*, por un lado, conserva su propio sentido “literal”, su pertenencia a un colectivo nacional, por ejemplo, y, por el otro, simboliza la posición contextual respecto a la que es un elemento sustituible, a saber “lo latinoamericano”. La canción por lo tanto comprende una identidad que se dispersa en fragmentos contradictorios – retratos familiares, narraciones históricas nacionales, paisajes intransferibles–

pero que simultáneamente se redirecciona a una dimensión colectiva.

Esta enumeración, por otra parte, funda el origen de esta equivalencia en un enfrentamiento común a un polo dominante. Esta dimensión polémica de la canción busca la creación de un campo discursivo político en la medida de que, como sostiene Eliseo Verón (1987), implica necesariamente una rivalidad.<sup>1</sup> En la canción, ello derivará evidentemente en el desdoblamiento de la destinación, es decir, en la construcción de un Otro negativo (contradestinatario), de un Otro positivo (prodestinatario) y de un Otro indeciso, no captado aún, sobre el que cae el peso de la persuasión (paradestinatario). De este modo podemos observar que “Latinoamérica” se esfuerza en demarcar ese campo, en conducir la identificación de un adversario y un espacio de pertenencia. La oposición entre los Estados Unidos y Latinoamérica, en este sentido, es patente, del mismo modo que lo es la construcción de un colectivo popular que se confunde con elementos naturales:

Tú no puedes comprar al viento  
Tú no puedes comprar al sol  
Tú no puedes comprar la lluvia  
Tú no puedes comprar el calor  
Tú no puedes comprar las nubes  
Tú no puedes comprar los colores  
Tú no puedes comprar mi alegría  
Tú no puedes comprar mis dolores

Esta afirmación del imaginario latinoamericano recupera una tradición, como la de la canción de protesta de los años sesenta y setenta, buscando actualizarla. En una entrevista Joglar parece reconocer esta trayectoria cuando afirma que buscaba escribirla “sin ser clichoso [sic] y sin recurrir al panfleto, porque no quería hacer algo muy dramático ni romántico, ni que tuviera esa carga de lástima por ser latinoamericanos... quería un balance que hablara sobre el pasado, el presente y el futuro” (2011). Todas estas precauciones y la idea de un proyecto que involucre un plano histórico muestran el grado de conciencia de la inscripción de la canción en una tradición que contaba con más de cuatro décadas.

El problema de la identidad regional, sin embargo, no va ser planteado de

la misma forma que en los años de su irrupción, porque evidentemente el contexto histórico y cultural no es el mismo. Al respecto, podríamos decir que la canción de protesta latinoamericana tuvo como escenario de fondo el polarizado mundo de la Guerra Fría y un impulso particular de la experiencia de la Revolución Cubana (Vásquez 1992; Jiménez 1994; Pérez Flores 2012). La década del noventa –con la caída de U.R.S.S. como hito visible– marcó el final del proyecto de la canción latinoamericana tal como se lo había entendido. El asentamiento de un horizonte neoliberal en la industria de la música barrió los proyectos de renovación orgánica de los circuitos de la canción y los integró en la maquinaria aglutinante de un mercado mundial, que paradójicamente los acogió en calidad de bienes de consumo cultural.

El mercado de la canción durante los noventa se diversificó de tal manera que las producciones regionales orbitaron de forma relativamente descentralizada en torno a las metrópolis norteamericanas. El surgimiento de la categoría “músicas del mundo”, en 1991, dispuso la circulación de un volumen de discos provenientes de zonas distintas a las de los Estados Unidos y Europa, que sin embargo no podían ser clasificadas como folklore; al mismo tiempo el *World beat* presentó un modelo de hibridación exitosa entre el *pop* y las músicas locales bailables, en especial las de origen africano o afro-americano (Ochoa 2002). La emergencia y el éxito de estos géneros impulsaron la formación de un esquema visiblemente más ramificado, que pudiera intermediar entre las disqueras regionales y las mundiales; por lo tanto, el negocio de la música –que no dejó de ser concentrado–<sup>2</sup> presentó una estructura abierta según la cual se establecían filiales locales o bien los grupos concentrados norteamericanos y europeos formaban parte del paquete accionario de las disqueras de la región (Yúdice 1999).

Este proceso habilitó un espacio para lo latino que debía ser leído en términos de la producción de un mercado, de amplia difusión y sencilla reproducción en diversos países del continente, y además con la posibilidad de abrirse paso (*crossover*), previa traducción, en el mercado norteamericano, como fueron los casos de Gloria Stefan, Shakira, Christina Aguilera y Ricky Martín (Arroyo Sotomayor 2003). La producción de un mercado de contenidos musicales latinoamericanos para un público también latinoamericano, paralelamente, conformó una etapa superadora de las –por momentos



rudimentarias— prácticas de adecuación de los mercados nacionales, que sin embargo nunca fueron abandonadas. Ello produjo un fenómeno de homogeneización de las diferencias, una zona franca de lectura, en la que lo latinoamericano era ostensiblemente diverso, pero, al mismo tiempo, resultaba comprensible, en la medida en que estaba hermanado por una misma clave de legibilidad. Lo latino o lo pan-latino (Kattari 2009) se convirtió, fomentado por los grandes grupos mediáticos, en una cultura de la superficie: era posible reconocer sus rasgos desde lejos, pero una vez que los consumidores se acercaban a ellos parecían perder su singularidad. El auge de la cultura del videoclip en los noventa y su asentamiento en las décadas siguientes parecen plegarse a esta comprensión de lo regional: una narrativa débil y seductora en la que el avance de las imágenes técnicas privilegia menos la coherencia que su propio atractivo (Sedeño 2007; Valdellós 2009; Ruíz 2012).

No sería ocioso, además, mencionar que estas imágenes de lo latino parecen haber cobrado su carta de residencia en los Estados Unidos, que constituía a principios de siglo la sexta comunidad de hispanohablante del mundo. Una ciudad como Miami, catapultada en respuesta al fenómeno cultural de la Revolución Cubana en la década del cincuenta, como escaparate de un proyecto latinoamericano alternativo al que se fomentó desde la isla, se impuso a partir de una fuerte inversión como un polo productivo y mediático referencial para el mercado latino (Plaza Cerezo 2007). Miami se convierte al ingresar en la primera década del siglo XXI en una suerte de meca artística para el continente hispanoparlante, en las que las producciones latinas se homogeneizan (Yúdice 1999). El grupo Bacilos, por ejemplo, conformado por músicos de diversas nacionalidades hispanohablantes y nacido en dicha ciudad, se hace popular por una canción (“Mi primer Millón”, 2002) que explicita el rol de la metrópoli norteamericana en el mercado latino: “Estoy ya cansado de estar endeudado, / de verte sufriendo por cada centavo. / Dejémoslo todo y vámonos para Miami”. Estamos frente a otro proyecto de canción latinoamericana, contraria obviamente al de los sesenta y setenta, según la cual lo latino o lo pan-latino es una construcción diaspórica cuyo punto de articulación acaba siendo el mercado multimediático en los Estados Unidos, hecho que se verifica con la aparición en el año 2000 de los Premios Grammy latino (Arroyo Sotomayor 2003).<sup>3</sup>

La reconstrucción de un mosaico regional no escapa de este circuito. La

canción “Latinoamérica”, en este sentido, problematiza los diferentes horizontes de lo latinoamericano. Por un lado, se propone la dificultosa empresa de crear una zona común cuyo rasgo, a diferencia de las canciones de consumo del momento, es la irreductible diversidad lingüística, histórica y geográfica. Por otro lado, despliega una construcción mediática diversa, fragmentaria e independiente. Ello puede observarse de forma nítida en el videoclip, producido en Perú, que se inicia con una transmisión de una radio serreña en la que un locutor presenta la canción en español y en quechua. La transmisión comunal, minoritaria –irrelevante desde una perspectiva massmediática–, le sirve como asidero, como espacio enunciativo imaginario. Este gesto –contradictorio, en la medida en que la canción es producida por la disquera Sony y promocionada por canales musicales concentrados– instala en el centro del circuito musical una serie de formas alternativas que habían sido invisibilizadas por el *mainstream*. Las preguntas que nos podríamos hacer se encuentran referidas a la magnitud de los efectos de esta gestualidad: ¿no refuerza los modelos del mercado al incluirlos en el circuito? ¿Alcanza con hacer visible la existencia de otro tipo de circulación?

“Latinoamérica” muestra que Calle 13 parece haber comprendido al menos dos lecciones importantes sobre la industria musical. Por un lado, la afirmación de lo latinoamericano está atravesada por una red de relaciones impuestas, transparentes e ilusoriamente descentralizada. Por lo tanto, no sólo es necesario replantear una identidad desde la música, sino que también habría que hacerlo a partir de sus circuitos, proponiendo alternativas independientes, proyecto global que puede observarse en la salida de Sony y en la creación de un sello propio en 2014. Por otra parte, los alcances y el potencial persuasivo de esta industria parecen ser tan ilimitados como flexibles por lo que no resulta extraño vislumbrar la posibilidad de incluir discursos que, sin desembarazarse de los poderosos medios de producción y distribución, puedan hacer hincapié en las contradicciones del sistema, plantear alternativas o hacer visible lo invisibilizado. El problema de la “música independiente”, esbozado numerosamente en las letras del conjunto puertorriqueño, se plantea entre el simulacro de circuitos alternativos de escasa repercusión y una relación exasperada con los medios masivos que monopolizan la esfera pública y presentan imágenes estereotipadas –cuando no falsas– y tranquilizadoras de la

región.

## **La táctica: del mensaje al medio**

por la salida entro,  
me infiltro en el sistema y exploto desde adentro.  
Todo lo que les digo es como el Aikido.  
Uso a mi favor la fuerza del enemigo  
“Calma, Pueblo” (2010)

Michel de Certeau establece una distinción entre estrategia y táctica que puede llegar a resultar útil para comprender la intervención del grupo liderado por Joglar. En su libro *La invención de lo cotidiano* (2000), explica que la “estrategia” es el cálculo de relaciones de fuerza que se vuelve posible a partir del momento en que un sujeto de voluntad y de poder es susceptible de aislarse de un “ambiente”. De este modo, la estrategia circunscribe un lugar que considera propio y que luego sirve de base a un manejo de sus relaciones con una exterioridad distinta. La racionalidad política, económica o científica se construye de acuerdo con este modelo estratégico; la industria musical, también. Los diversos esquemas de producción, circulación y consagración del mundo de la música latinoamericana, como pudimos ver previamente, impulsan la creación de espacios que imponen una pertenencia, deslizan un imaginario de lo latino, establecen zonas sobre las que los sujetos acaban por desplazarse y que, si advertimos su constante aparición en los espacios públicos, inclusive acompañan su cotidianeidad.

A este modo de intervención, el teórico francés le opone una modalidad táctica, que define como el cálculo que no puede contar con un lugar propio, ni por tanto con una frontera que distinga al otro como una totalidad visible. La táctica tiene una lógica de polizón: no posee más lugar que el del otro. Aparece siempre de forma fragmentaria, sin poder establecerse como una totalidad y sin poder despegarse completamente de la intervención estratégica. Por lo tanto, no dispone de una base donde capitalizar sus ventajas, preparar sus expansiones y asegurar una independencia en relación con las circunstancias. La falta de un lugar propio hace que la táctica dependa del tiempo, que se encuentre a la espera de aprovechar al máximo sus oportunidades. Tiene momentos: aprovecha las

ocasiones. Es que, al no disponer de fuerzas propias, el débil, incesantemente, debe sacar provecho de las fuerzas que le resultan ajenas. Lo hace en momentos oportunos en que combina elementos heterogéneos, pero su síntesis intelectual, nos advierte de Certeau, tiene como forma no un discurso, sino la decisión misma, acto y manera de “aprovechar” la ocasión.<sup>4</sup> Estas tácticas manifiestan también hasta qué punto la inteligencia es indisociable de los combates y los placeres cotidianos que articula, mientras que las estrategias ocultan bajo cálculos objetivos su relación con el poder que las sostiene.

Si decíamos que la industria musical puede pensarse en el orden de lo estratégico, la intervención de Calle 13 resulta táctica. Así parece estar esbozado en “Calma, Pueblo”, cuando afirma: “por la salida entro,/ me infiltro en el sistema y exploto desde adentro. /Todo lo que les digo es como el *Aikido*:/ Uso a mi favor la fuerza del enemigo;” o cuando patrocinado y vestido por la marca alemana de indumentaria, Joglar plantea: “Adidas no me usa/yo estoy usando a Adidas”; o cuando en un disco financiado por Sony afirma: “Mi disquera no es Sony mi disquera es la gente”. La táctica funciona como una forma de intervención política que se sirve de la caudalosa corriente mediática para imponer un mensaje crítico y contradictorio, que, al mismo tiempo por su condición táctica, acaba por producir una identificación con los oyentes que ven reflejadas sus propias prácticas de mediación. Lejos de evitar el circuito comercial, Calle 13 comprende que, en la medida en que un espacio estratégico propio le es vedado, la efectividad de su aporte está directamente vinculado a su ubicación en el centro de la masividad. El conjunto puertorriqueño ve una oportunidad en este circuito y aprovecha la chance. Esta intervención busca que la banda se convierta en otra moda, para que de ese modo los valores de dicha consagración queden expuestos. Es atravesado por el *mainstream* para hacer visible sus contradicciones, como si no hubiera otra posibilidad de crítica integral que no requiriese una entrega de este tipo. Desde esta perspectiva podríamos leer el título de una de las canciones del disco *Residente o Visitante* (2007), como la “*fokin moda*”.<sup>5</sup>

Este posicionamiento táctico banda nos permite pensar en las formas de la intervención política, así también como en la reconstrucción del proyecto latinoamericanista como el que la canción de protesta se impuso a sí mismo en los sesenta y setenta. Es que, como deberá resultar evidente, estamos frente a la

construcción de un dispositivo discursivo sustancialmente distinto. Si como señala Marcela Romano (1991), uno de los rasgos principales de la “canción diversa” estaba dado por la revitalización de la función poética que tenía como fin la creación de un dispositivo adecuado para transmitir un mensaje político,<sup>6</sup> el accionar de Calle 13 parece enfocarse en reforzar el medio. La comprensión del fenómeno político de la canción se disputa menos en los alcances de la propuesta que en la efectividad de su circulación. Si la política es persuasión, el mundo actual parece imponer menos la urgencia de un mensaje adecuado que la construcción de un medio potente. De esta forma, aquellas funciones dominantes sustitutas, como la fruición o el baile, y los fenómenos de circulación actuales como los procesos de viralización, son necesarios para que la construcción del discurso político no se vuelva irrelevante. Es desde esta perspectiva que podemos entender la aparición de Calle 13 y, en particular, su vinculación con el reggaetón.

## **Del Barrio a la Calle 13**

El surgimiento de Calle 13 no puede ser entendido si no es el contexto de aparición del reggaetón. Es que, si bien Joglar a menudo ha intentado poner distancia con respecto a dicho género, no puede pasar desapercibido que su primer disco (*Calle 13*, 2005) fue escuchado desde dicha inscripción. Fruto de este fenómeno de internacionalización de la oferta musical, el reggaetón se populariza en la primera década del siglo XXI. Se trata de un estilo musical que sintoniza el panorama latinoamericano, –que como se dijo había desarticulado las formas de lo nacional en busca de un horizonte de escucha al mismo tiempo regional y global, diverso y homogeneizado–, y que construye un complejo de identificaciones cuyo signo común es el desplazamiento, la mezcla, la imposibilidad, en fin, de reponer una patria de origen, como lo demuestran los acalorados debates entre músicos y especialistas que todavía intentan, en vano, indicar el lugar de su nacimiento (Marshall 2009).

La primera década del siglo XXI está signada por el ingreso de este género musical, como fenómeno masivo, en las discotecas de norteamericanas y europeas. Daddy Yankee, Wisin y Yandel, Don Omar, Tito El Bambino, Ivy

Queen, Alexis y Fido entre otros, animaron la escena nocturna de las principales ciudades del mundo y transportaron un imaginario que rápidamente se convirtió en sinónimo de latinidad. El característico ritmo del reggaetón movilizó una letrística violenta y de alto contenido sexual, que presentaba un universo de referencias provenientes del *underground* (Thillet 2006; Rosa 2006), en el que se mezclaba el ritmoailable y la declamación gánster propia del hip-hop.<sup>7</sup> El reggaetón, además, impuso una forma cultural subsidiaria como la del perreo, que entre el escándalo, las denuncias de misoginia y los empoderamientos feministas (Negrón-Muntaner y Rivera 2009; Lira-Beltran 2010; Rodrigues Morgado 2012; Martínez Noriega 2014), repercutió en las formas de interacción del baile y habilitó una conciencia del cuerpo novedosa para sociedades, por lo general, conservadoras. Al mismo tiempo, este género se convirtió en un modelo de éxito mercantil e impulsó una franja del mercado sumamente lucrativa. El fenómeno del reggaetón, además, impulsó una conciencia explícita de dichos circuitos,<sup>8</sup> conformando una visión sumamente conservadora en este aspecto, más si consideramos la constante apelación al universo marginal de sus letras.<sup>9</sup>

Es importante destacar la forma en que este tipo de canción construyó un modelo de latinidad que coincidió con las expectativas antes descritas de un público –no solamente latinoamericano– ávido de experiencias auditivas diversas y paradójicamente homogeneizadas. De esta forma, el universo de lo latino, en este estilo musical, se caracterizó por postular su diferencia con respecto a las producciones norteamericanas como el *pop*, el *rock and roll* o el *Hip-Hop*, y por recrear un conjunto de rasgos lo suficientemente genéricos como para reconstruir un espectro latino que escapaba de la identificación nacional. El baile, la pobreza, el barrio, el calor y la misoginia se convirtieron en índices generales para reconocer el universo de lo latinoamericano. En este sentido, podemos llegar a afirmar que el reggaetón articuló la identidad regional partir de un horizonte caribeño.<sup>10</sup>

Como puntos de anclaje de una identidad volátil, sujeta al vaivén de múltiples migraciones, las diferentes formas del “barrio” recorren la letrística del reggaetón (Dinzey-Flores 2008). Se trata de un espacio de pertenencia y de filiación. No es extraño, por lo tanto, que uno de los discos más relevantes del género lleve el título *Barrio Fino* (Daddy Yankee 2004) ni que presente una introducción como la que a continuación transcribimos:

Nací en donde la vida me ha hecho hombre,  
acorrallao de gente buena,  
entusiasmao con la idea de ser grande,  
evadiendo el dolor y la pena.  
Nací entre calles oscuras.  
Nací en donde vivo.  
Nací en donde, sin duda,  
para mucha gente está prohibido (2004).

La construcción simbólica del caserío abre una salida a los discursos nacionales, un espacio particular –menor, pero no concreto– en el que se reúnen los imaginarios de las zonas marginadas de América Latina. En cierto modo, se trata de una zona franca, que comparte un mismo idioma: el desplazamiento social, la violencia, la pobreza, etc. Hermanado por una clave de distribución de la riqueza desigual, entonces, el barrio se constituye como un espacio común, que, sin embargo, en su vuelo regional acaba por perder de vista las luchas sociales concretas. El reggaetón recupera ese espacio e invierte su carga ideológica: triunfar, “ser grande”, “evadir el dolor y la pena”, en otras palabras, sobrevivir al barrio se constituye en una hazaña iniciática que habilitaría la voz del reggaetonero, su *ethos*. En otras palabras, convierte el estigma, en símbolo de una distinción (Dinzey-Flores 2008: 44-45). Es por ello que la voz poética de las canciones del género se recubre de cierta cosmovisión barriocéntrica: repite estereotipos misóginos, pondera una retórica que apela a la violencia y esboza una épica pandillera y un código amoroso patriarcal. A este lugar de filiación, sin embargo, le acompañan una serie de espacios neutros, la calle, la discoteca, en la que los personajes del género deambulan e imponen su imperio.

La agrupación Calle 13, como se dijo al principio de este apartado, surge inmediatamente después de que el reggaetón se volviera un éxito mundial y, en gran parte, su popularidad se debe a la conformación de un contexto como el que previamente describimos. Sin embargo, la banda puertorriqueña, desde un principio, ha establecido una serie de distancias con respecto al género que hace difícil su asimilación. A pesar de estar inscrita en los circuitos del reggaetón, su música integra un elenco musical heterodoxo que va desde el rock progresivo, pasando por la salsa, hasta inclusive el tango, hecho, que como plantea Ashley Ann Coleman (2009), marca la apertura de un espacio de

confrontación con la hegemonía cultural de Estados Unidos presente en el discurso del reggaetón más ortodoxo y comercial. Por otra parte, las letras de sus canciones, con una fuerte carga rapera, acaban por instaurar una dimensión crítica, que recurre a la polémica, a la sátira y a la parodia, y que dirige su atención a las formas de consagración propias de la industria musical.

Esta distancia establecida con el bloque reggaetonero tradicional puede observarse en la curiosa elección del nombre, Calle 13, con el que los hermanastros bautizaron el primer disco (2004) de la banda. En una entrevista realizada para la *Rolling Stone*, es el propio Cabrera quien explica el motivo de dicha elección:

No era una calle memorable”, recuerda Eduardo. “Sólo es que ahí nos criamos, ahí se construyó la familia”. Era un suburbio alambrado y de clase trabajadora en las afueras de San Juan y, cada vez que René volvía de su casa, en la entrada del barrio, frente a la garita del guardia de seguridad, tenía que repetir: “Residente, Calle 13”. Y los fines de semana cuando lo visitaba Eduardo, la contraseña era “Visitante, Calle 13”. (...) Fue después, recién cuando salieron de Puerto Rico y conocieron un poco el mundo, cuando empezaron a cruzar fronteras y a hacer filas en los aeropuertos, cuando notaron que en Migraciones la fila se dividía entre residentes y visitantes, en esos momentos se dieron cuenta de que todo se había resignificado (Morris 2011: 60).

La calle 13 no puede ser asimilada a la noción de Barrio previamente descrita. Por el contrario, presenta un movimiento de distanciamiento y resemantización de dicho espacio. Si como plantea Frances Negrón-Muntaner la identidad puertorriqueña se consolida en El barrio de Nueva York (2007), la Calle 13 vuelve a demarcar un espacio que se define como puertorriqueño. Se trata de un lugar de pertenencia, atravesado por un sistema de aceptaciones y rechazos, que al mismo tiempo habilita una dimensión biográfica, concreta, ubicable y, en cierta forma, intransferible. En otras palabras, si la lógica del mercado musical del tercer milenio había desplegado una idea de espacio latino que, en pos de establecer una zona franca aplacada por un tono internacionalista neutro, borraba fronteras y desdibujaba tanto los rasgos nacionales como la situación concreta de cada individuo, la aparición de Calle 13 va a desplegar una



gama de diferenciaciones que, como el juego entre “residente” y “visitante”, se afianzará con el pasar de sus discos. Este esquema de elecciones se derramará en otras nuevas sumamente polémicas, postulando un modelo de lo latinoamericano alternativo al que se fomentaba desde Miami. En el introito “Inter-lú (Ayala)”, por ejemplo, el juego de las diferencias se dispara hacia el infinito. Ello permite mostrar la dinámica histórica de Puerto Rico y sus sucesivas conquistas y colonizaciones; al mismo tiempo, el nombre, entre paréntesis, funciona como una dedicatoria, un tanto elusiva, al cantante Daddy Yankee, que desarticula el nombre propio del reggaetonero y lo remite a su origen hispano (Ramón Luis Ayala Rodríguez). Procedimiento similar, es el que observamos en otra canción como “Gringo Latin Funk” (2008), en donde se descartan los modelos de la latinidad impuestos desde Estados Unidos y a favor de “una vergüenza latina”.

El juego no acaba allí. La agrupación dispone a sus miembros como personajes: el compositor musical, Eduardo Cabrera, hace las veces de Visitante mientras que el letrista y voz principal del conjunto, René Pérez Joglar, es llamado Residente. Música y voz se disputan el espacio: la música es inherentemente visitante en la medida en que surge de una apropiación, del movimiento, de un sistema combinatorio guiado por la migración genérica; la voz, en particular en este primer disco, es residente en la medida en que recrea las formas de hablar de Puerto Rico, así como su universo cultural, su geografía y sus prácticas cotidianas. Este juego ficcional, entendido como un ejercicio de distanciamiento del *ethos* del reggaetón, impone el espacio de una narrativa que confunde vida y música, historia y ficción. De este modo, no escasearan elementos insólitos para la lírica del género, como lo demuestran la inclusión de elementos surrealistas, el lenguaje intencionadamente escatológico y soez, o el efecto humorístico que caracterizan sus primeras canciones.

La metáfora de la Calle 13 parece reconstruir un universo de anclaje concreto, imponiendo un imaginario, menos regional, que puertorriqueño.<sup>11</sup> El primer disco, *Calle 13*, recrea un habla nacional, rico en expresiones y referencias locales, por momentos indescifrables para otro hispanohablante. Al mismo tiempo, la aparición de un andamiaje paratextual, compuesto de interludios, introducciones y epílogos, recupera la organicidad del disco, dando a entender que el mundo presentado es una unidad, enfrentándose abiertamente a la lógica fragmentaria del *single* o el *hit* y posibilitando una escucha alternativa a

la de las discotecas. La metáfora de la calle 13 parece dar vuelta la comprensión del barrio del género: su espacio es un espacio cerrado sobre sí mismo y no configura una etapa en la épica del reggaetonero, como habíamos visto que sucedía con la noción de Barrio. Esta fantasía de un espacio propio, que luego se ratificará como tal al adoptar la identificación con el Barrio de La Perla a pesar de su pertenencia a Trujillo Alto, acaba por demostrar su concreta falta en el marco estratégico de la industria cultural. Las operaciones de distanciamiento antes descritas no pueden ser entendidas por fuera de una práctica táctica, que aprovecha el flujo masivo del género del reggaetón para imponer desde adentro mismo un mensaje que lo deconstruya. El sistema de préstamos presente en su música, la identificación intermediaria con la clase media baja y la vena humorística imponen este marco operativo: no tener nada también puede ser una oportunidad.

## **Bailar es la táctica**

Vamos a resucitar a los muertos,  
Los que nunca bailan que se quedan arrinconaos  
“La cumbia de los aburridos” (2007)

Quizá sea el tono de táctica, de treta del débil, la que no desenmascara el carácter plenamente político, subversivo –hilarante, al fin–, de la primera producción de Calle 13. De hecho, cuando generalmente se aborda el problema de lo político en su discografía, a menudo suele hacerse la salvedad de que hay una etapa, principalmente la que deriva del primer disco, en la que lo político aparece desplazado, y por lo general se aborda la posterior a dicha etapa, con ejemplos como “La Perla” (2008), “Los de atrás vienen conmigo” (2008), “Latinoamérica” (2010), “Digo lo que pienso” (2010) “Calma, Pueblo” (2010), “El hormiguero” (2010) o “El aguante” (2014).

Sin embargo, un hecho definitorio en la emergencia de Calle 13, además de la impresionante popularidad de sus canciones, es que hubiera surgido precisamente sin que sus oyentes dejaran de bailar. Sus primeros sencillos muestran una inscripción en el género del reggaetón que no dudaremos en calificar de táctica. “Suave” es –superficialmente– una canción que puede ser

oída como parte de aquel estilo musical y, por lo tanto, bailada en sus circuitos de escucha: la discoteca, la fiesta. Su lírica, sin embargo, es un ardid, una trampa, una elevación al ridículo del discurso del sujeto barriocéntrico y de la ambigua relación entre baile y sexualidad, que necesariamente rompe con el complejo de identificación machista propio del género.<sup>12</sup> “Atrevete”, por su parte, se vale de una expresión ambigua (Atrevete / a que te/ salte del closet) para remover los tabúes de las sociedades homófobas de Latinoamérica. La gran novedad que aporta el grupo puertorriqueño con respecto a la canción diversa es una suerte camuflaje rítmico que la hace confundir con las canciones más gastronómicas y, con respecto a este último tipo de canciones –y en especial con respecto al reggaetón–, es que presenta modelos escucha diversos, problemáticos, distanciados. El resultado de este movimiento es la pregnancia: la adhesión, por un lado, de un conjunto de oyentes de música comercial que comienza a valorar la poética de las letras y por otro, de un grupo –no necesariamente público de reggaetón– que antes valoraba la construcción poética de un discurso y que ahora aprende a bailar. Las canciones de Calle 13 parecen postular que pensar y bailar pueden ser dos caras de la misma moneda: “Por eso no hay excusa para el que no menea, / si no tienes cuerpo menea las ideas.” (“Todo se mueve”, 2010)

La opción por el baile en Calle 13 presenta numerosas diferencias con los modelos del reggaetón. En principio, el reggaetón había imaginado una disposición espacial principalmente vinculada con las pistas de las discotecas. Es ese el espacio en el que se cruza lo público y lo privado: el lugar de la ostentación, del pavoneo. Ello puede verse claramente ejemplificado en el universo de sus video-clips, en donde se muestra claramente la enunciación, las formas de la mirada sobre el cuerpo, las dinámicas entre baile y canción, el aparato ostentoso en el que se envuelven los reggaetoneros, un desfile de joyas, autos deportivos, etc. Calle 13 rompe ese código: sus apariciones públicas lejos de adherirse a la estética del *bling-bling*, lo muestran con el torso desnudo, despojado de ornamentos suntuosos. En una letra de su primer disco dirá que: “Yo no necesito *bling-bling*/ Pa' llevarme un pa'l de *g-strings* / Lo que tengo es una puka que me costó un peso”. La estética de la discoteca implica, además, una lógica de exclusión, que aparece denunciada en el nombre del disco “Los de atrás vienen conmigo”. A esta lógica exclusiva y ostentosa de la discoteca, Calle

13 le enfrentará una construcción espacial diversa, como es la de la fiesta casera. La fiesta será el espacio de la mezcla, de la integración, del cuerpo, de la inversión de roles, en suma, del carnaval los términos en los que lo entendía el teórico Mijail Bajtin. Se trata, además, como en caso del carnaval bajtiniano, en el que la distinción entre actores y espectadores tiende a fundirse a favor de un activo vitalismo, de un espacio que no se comprende como escena y que exige la participación activa de sus participante, que no asisten a ella, la viven (Bajtin 2003: 9). Regidos por el principio de la vida material y corporal, por la inversión del alto y lo bajo, por la degradación paródica, por la aparición de lo grotesco, la fiesta subvierte códigos, normas y valores. Ello puede verse claramente ilustrado en la canción “Fiesta de locos”:

Nena, yo sé que mi letra es obscena  
pero con ella es que pago la quincena.  
Mujeres feministas, vamos hablar sin tapujo.  
Tu pones la colcha y yo te la estrujo.  
Mi amor, tú te vas a enamorar de este inmoral,  
aunque seas inteligente o anormal.  
Da igual, según Sigmund Freud,  
la sexualidad rodea todo lo que soy.  
Los sexual es natural, ¡*God Damnit!*  
¡El mono con la mona, como *Animal Planet!*  
¡Espermatozoides con ovarios, como *Discovery Channel!*  
¡Abran su mentalidad de *Disney Channel!*  
Y maduren bailando hasta que se fracturen,  
lengua con lengua, sin que te censuren  
los literatos defensores del idioma anticuado  
que no bailan, quietos como momias  
del club de los Smithsonian.

La inversión carnavalesca de la fiesta desacomoda los lugares comunes de la moral, impone un habla sexualizada, sin represiones, que se sumerge en las diferentes formas de lo animal, enfrenta el discurso literario con las articulaciones del baile y derrama un sinfín de contagios, préstamos y relaciones inéditas que acaban por ampliar el repertorio de lo pensado y pensable (¡Abran su mentalidad de *Disney Channel!*). Al mismo tiempo, pone en la superficie la

ambivalencia constitutiva en la significación del mundo que el discurso dominante tiende a monologizar y clausurar discretamente. La fiesta desde este punto de vista habilita una dimensión en la que resuenan las voces silenciadas y en donde se reacomoda la esfera pública.

De este modo, el baile abre una serie de cruces que están tematizados en sus letras a partir de la lucha de clases sociales. Por ejemplo, en “El baile de los pobres” (2010), esto resulta evidente:

*Monsieur*, aquí llego tu Robin Hood,  
a meter las bolas en los boquetes como Tiger Wood.  
Tú eres clase alta yo clase baja.  
Tú vistes de seda y yo de paja.  
Nos complementamos como novios:  
Tú tomas agua destilada yo agua con microbios,  
tú la vida es fácil y yo me fajo,  
tú sudas perfume yo sudo trabajo,  
tú tienes chofer yo camino a patas,  
tú comes filete yo carne de lata (...)  
Dicen que eres la reina de todos los rosales  
pero hoy te voy a bajar cuatro clases sociales.

La inversión jerárquica se opera en el uso del cuerpo que baila y es del orden estrictamente económico. La identificación con *Robin Hood* colabora, además, a plantear el orden de estos intercambios en la órbita de la justicia social. Recrea por otra parte la existencia de otros códigos, otros usos cotidianos y otros sistemas de valores, algo que queda a la vista en el estribillo de la canción: “Yo no tengo plata pero tengo cobre/ aquí se baila como bailan los pobres”, o en el sistema referencial desplegado, que recupera elementos procedentes de la cultura popular.<sup>13</sup> Calle 13 encuentra en la fiesta un espacio propicio para este tipo de transacciones y el baile, por lo tanto, además de convertirse en un instrumento de vehiculización de un mensaje político, se conforma en una práctica política concreta. Lo que resulta sumamente efectivo en el caso de la banda puertorriqueña es que no solamente plantea que el baile libera, es decir, nos vuelve iguales en la inmanencia del cuerpo, sino que además hace bailar, moviliza concretamente una maquinaria que engulle –o mejor

articula— la diferencia: hacer bailar sobre la sutura del marginado, donde la herida, por un lado, se cierra y por otro lado, se confirma. El baile, como decíamos, es clave para comprender la aparición de Calle 13 y en determinado punto podemos llegar a postular su calidad de intervención política en la medida en que habilita una voz corporal silenciada, que ilumina un colectivo de identificaciones subestimado y que implica un grado de adhesión que se disputa en el cuerpo.

## **A modo de cierre**

La aparición de Calle 13, más allá de sus visibles contradicciones —y quizá, como se vio, también “gracias” a ellas— se ha convertido en uno de los casos más interesantes del género de la canción para problematizar los alcances de la industria musical. Lejos de resultar un espacio de intercambios baladíes, el universo de la canción gastronómica impone formas de articulación de lo regional, construye una esfera de lo público y habilita —y deshabilita— intervenciones del orden político. Ello, como también se dijo, fue vislumbrado a mediados de siglo XX por los representantes de la canción de protesta latinoamericana, que sin embargo acabaron por ser incluidos dentro de la industria, produciendo un desfase entre su discurso contestatario y su inclusión como bienes de consumo cultural en el circuito al que criticaban. La aparición de Calle 13, con plena conciencia de sus predecesores, parece haber replanteado el problema. Su proyecto, entonces, se disputó entre la conformación de un mensaje específico y la adecuación a un medio centrípeto como el del mercado musical. El resultado fue, en cierta forma, impensado. La salida táctica de Calle 13, su elección por el baile —por la fiesta como dimensión carnavalesca—, acabó por desacomodar el horizonte de escucha de los consumidores de canciones gastronómicas y de canciones diversas. La intervención del grupo puertorriqueño resultó efectiva en la medida en que movilizó un imaginario que se despegó abiertamente del universo uniformado de la cultura latina fomentada por Miami y reconoció la validez del baile, como elemento subversivo, capaz de horadar el espectro normativo de la moral.

## Referencias bibliográficas

- Arroyo Sotomayor, M. (2003). Los Grammy Latino, su meta inicial y su fin comercial. En *Red Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 84, 66-74.
- Bajtín, M. (2003). *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*. Madrid: Alianza.
- Bandera, M. L. (2010). Reguetón: algo más que algunos movimientos faltos de decoro. *Ñ: Revista de Cultura*. 20 de abril: [http://edant.revistaenie.clarin.com/notas/2010/04/02/\\_-02172043.htm](http://edant.revistaenie.clarin.com/notas/2010/04/02/_-02172043.htm) (03-05-2017)
- Beaufort, M. y Posada, A. (2009). *Sin Mapa*. Marc de Beaufort: Puerto Rico.
- Caballero, J (2011). Latinoamérica, la canción más importante que he hecho por su valor sentimental: Residente. *La Jornada*, 8: <http://www.jornada.unam.mx/2011/09/28/espectaculos/a08n1esp> (03-05-2017)
- Cohendez, M. (1999). "Identidad joven y consumo: la globalización se ve por MTV". *Revista Latina de Comunicación Social*, 22: <https://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999coc/35mtv.html> (03-05-2017).
- Coleman, A. A. (2009). Puff Daddy les ofrece un millón y le dicen que no: Reggaeton as Resistance to U.S. Political and Cultural Hegemony. *Tulane University*, 1-29.
- Díaz-Zambrana, R. (2010). Gastronomía, humor y nación: estrategias retóricas en las letras de Calle 13. *CENTRO: Journal of the Center for Puerto Rican Studies*, 22 (2), 128-150.
- Dinzey-Flores, Z. Z. (2008). De la disco al caserío: Urban spatial aesthetics and policy to the beat of reggaetón. *Centro-Journal of the Center for Puerto Rican Studies*, 20 (2), 35-69.
- De Certeau, M. (2000). Introducción. En *La invención de lo cotidiano*. México: Universidad Iberoamericana, 15-62.
- Eco, U. (2008). *Apocalípticos e Integrados*. Buenos Aires: Tusquets.
- García Canclini, N. (2000). Industrias culturales y globalización: Procesos de desarrollo e integración en América Latina. *Estudios Internacionales*, 33 (129), 90-111.
- García Urdaneta, M. (2010). El reggaetón, invitación al sexo. Análisis Lingüístico. *Temas de Comunicación*, 20, 141-160.
- Gallucci, M. J. (2008). Análisis de la imagen de la mujer en el discurso del Reggaetón. *Opción* 24 (55), 84-100.
- Guerrero Jiménez, B. (1994). Religión y Canción de Protesta en América Latina: un ensayo de interpretación. *Revista de Ciencias Sociales (CI)*, 4, 55-64.
- Kattari, K. (2009). Building Pan-latino unity in the United States through Music: An exploration of commonalities between Salsa and Reggaeton. *Musicological Explorations*, 10, 105-136.
- Laclau, E. y Mouffe, C. (2010). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. México D.F.: Siglo XXI.
- Lira Beltrán, M. G. (2010). *Baila el "perreo", nena: construcción de identidades juveniles femeninas en la escena tapatía del reggaetón*. Tesis de maestría. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. Jalisco.
- Lubet, M. T. (2012). La industria musical y el empoderamiento de los imaginarios sociales en Chile desde fines del siglo XX a comienzos del siglo XXI. *Revista F@Ro*, 15: <http://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/55/4> (03-05-2017)
- Marshall, W., Rivera, R. Z. y Pacini Hernandez, D. (2010). Los circuitos socio-sónicos del reggaetón. *Trans: Transcultural Music Review: Revista Transcultural de Música*, 14:

- <http://www.redalyc.org/pdf/822/82220947017.pdf> (03-05-2017)
- Marshall, W. (2009). From Música Negra to Reggaeton Latino. The Cultural Politics of Nation, Migration, and Commercialization. En Rivera, Marshall y Pacini Hernandez (Eds.), *Reggaeton*. Durham: Duke University Press, 19-76.
- Morris, J. (2010). Las rimas calientes de América Latina. *Rolling Stone*. Noviembre, 13 (152). Ochoa, A. M. (2002). El desplazamiento de los discursos de autenticidad: Una mirada desde la música. *Revista Trans*, 6: <http://www.sibetrans.com/trans/articulo/231/el-desplazamiento-de-los-discursos-de-autenticidad-una-mirada-desde-la-musica>(03-05-2017).
- Negrón-Muntaner, F. (2007). Reggaeton Nation. *NACLA Report on the Americas*, 40 (6), 35-41.
- Negrón-Muntaner, F. y Rivera, R. Z. (2009). Nación Reggaetón. *Nueva Sociedad*, 223, 29-38.
- Noriega, D. A. (2014). Música, imagen y sexualidad: el reggaetón y las asimetrías de género. *El Cotidiano*, 186, 63-67.
- Osuna, C. (2014). La gran reconversión de la industria de la música en internet. Nuevas tecnologías, nuevos negocios, nuevos actores, nuevos conflictos. *Telos: Cuadernos de Comunicación E Innovación*, 97, 114-23.
- Pérez Flores, H. (2012). La Nueva Canción latinoamericana en su forma y contenido. Bases ideológicas, principios y propuestas de orden social (1960-1970). *Humania Del Sur*, 13, 139–154.
- Plaza Cerezo, S. (2000). *La competitividad de Miami*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid.
- Poza, S. (2012). “Los nuevos roles de la industria musical: prescriptores, consumo y redes conversacionales.” En *Actas IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: Comunicación, Control y Resistencias*, 183. Sociedad Latina de Comunicación Social: [http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012\\_actas/183\\_Pedraz.pdf](http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/183_Pedraz.pdf) (03-05-2017).
- Rodriguez Morgado, C. (2012). *Reggaetón, mujeres e identidades: yo quiero bailar... eso no quiere decir que pa' la cama voy*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Sede Ecuador.
- Romano, M. (1991). En torno a una canción “diversa”. *CELEHIS: Revista Del Centro de Letras Hispanoamericanas*, 1, 135-43.
- Ruíz, D. (2012). La visualización de la música en el videoclip. *Ámbitos*, 21, 101-115.
- Sedeño, A. M. (2007). “Narración y descripción en el videoclip musical.”. *Razón y Palabra*, 56: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n56/asedeno.html> (03-05-2017)
- Subercaseaux, B. (2002). *Nación y cultura en América Latina. Diversidad cultural y Globalización*. Santiago de Chile: Ediciones Escafandras.
- Thillet, A. R. (2006). *La representación de la marginalidad por parte de la industria del reggaetón en Puerto Rico*. La Habana: FLACSO-Cuba.
- Valdellós, A. (2009). Video clips musicales. Nuevos subgéneros y apropiaciones del formato. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 108: 49-52.
- Vásquez, R. (1992). La Nueva Trova: written and sung poetry in Cuba. *Third Text*, 6 (20), 103-113.
- Velasco, F. (2007). La Nueva Canción Latinoamericana. Notas sobre su origen y definición. *Presente y Pasado. Revista de Historia*, 12 (23), 139-153.
- Verón, E. (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hacette. 11-26.



Yúdice, G. (2009). La industria de la música en la integración de América Latina-Estados Unidos. En García Canclini, N., Moneta, C. (Coords.). *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. Buenos Aires: Eudeba.

## Notas

- 1 Eliseo Verón al abordar el problema de la enunciación política explica que este campo discursivo implica siempre un enfrentamiento y una lucha entre enunciadores. Esta dimensión polémica implica necesariamente la presencia –real o posible– de otros actos de enunciación, por lo que cada enunciación política “a la vez es una réplica y supone (anticipa) una réplica” (1987: 3).
- 2 Bernardo Subercaseaux en su libro *Nación y cultura en América Latina. Diversidad cultural y Globalización* (2002) da un panorama de la concentración del negocio musical, más allá de la aparente descentralización: “En el campo de la música, por ejemplo, el mercado está dominado por un reducido número de empresas transnacionales. Son 6 que ya deben ser 5, pues dos de ellas están en pleno proceso de fusión: BMG, Emi, PolyGram, Universal, Sony Music y Warner Music (...), en América Latina son responsables del 80% de la facturación. Las transnacionales de la música y sus filiales o subsidiarias producen el 90% de todos los *CDs*, *cassettes* y videos con música que circulan lícitamente en el globo” (62).
- 3 La producción de la canción de consumo –fuertemente centralizada en sus orígenes– fue jalonada por esta perspectiva descentralizada y produjo un conjunto de consumidores que supieron adaptarse y festejar esta diversificación de la oferta musical, amparados en una lectura –por momentos deficitaria– de temas universales. De este modo, es posible apreciar el caso sintomático de la cantante colombiana Shakira, quien introdujo elementos provenientes de la cultura libanesa –tanto musicales como en su imaginario poético y visual– y que gozó de amplia popularidad, en la medida en que sus consumidores leían un mismo patrón sentimental que podían traducir a sus experiencias cotidianas. Poco importaba verificar las modalidades de apropiación de las culturas orientales: Shakira aparecía en sus videoclips moviendo sus caderas imitando un imaginario vagamente libanés y los espectadores lo consumían de la misma forma en que se habían acercado, unos años antes, a la representación occidental de Bagdad en el film animado *Aladdin* (1992). Al mismo tiempo, en Argentina el grupo de Dante Spinetta y Emanuel Horvillieur, *Illya Kuryaki and the Valderramas*, creó un discurso plagado de referencias *vintage* que, bajo la forma declamatoria del rap y el ritmo del funk, imponía un tono internacional a la cultura argentina, mostrando de esa forma el carácter artificioso de un discurso que, sin embargo, podía dar cuenta de la singularidad de lo local. Si comparáramos los casos, podríamos decir que Shakira adapta un imaginario concreto para su internacionalización e I.K.V., por el contrario, muestra cómo funciona la mediatización de ese imaginario construido por los grupos concentrados. Así el dúo argentino lee la cultura local desde la internacionalización (“Jennifer [es] del Estero” y “Hollywood [está] en Chaco”) y el resultado es un universo poético por momentos críptico y siempre barroco; mientras tanto la artista colombiana, por el contrario, adelgaza lo local, lo reduce a un exotismo paradójicamente universal en donde la veta amorosa funciona como un índice general que iguala la diversidad.
- 4 Al momento de ilustrar qué son específicamente las tácticas, el teórico francés habla de prácticas cotidianas como hablar, leer, circular, hacer las compras o cocinar. Una gran parte de estas “maneras de hacer” son éxitos del “débil” contra el más “fuerte”, “buenos ardides, artes de poner práctica jugarretas, astucias de “cazadores, moviéndose maniobreras simulaciones polimorfos, hallazgos jubilosos, poéticos o guerreros” (2000: 18).
- 5 Esta postura, sin dudas controversial, sin embargo, ha sido fuertemente criticada, en particular en sus alcances, por quienes han visto en ella una suerte de fantasía compensatoria, cuando no abiertamente una impostura.
- 6 Romano plantea en su artículo la “En torno de la canción diversa” como rasgo fundamental de la canción de protesta “la revisión operada por parte de los autores sobre el texto verbal de la canción, en la búsqueda de un estatuto poético propio que revierta los mecanismos de construcción subyacente en la canción de ‘consumo’ y su consecuente pobreza discursiva” (1991: 135).
- 7 Ashley Coleman afirma en “Puff Daddy les ofrece un millón y le dicen que no: Reggaeton as Resistance

- to U.S. Political and Cultural Hegemony” que la gran afinidad entre el hip-hop y el reggaetón tiene sus raíces en el origen del género del rap, un producto cultural de la coalición establecida entre los puertorriqueños de Nueva York y la comunidad afroamericana, que era utilizado como mecanismo compensatorio de las experiencias de marginalidad racial. Por su parte, la emergencia del reggaetón en la cultura popular de Puerto Rico correspondió con el surgimiento del hip-hop en el mercado internacional de música. Los productores y artistas de reggaetón, tratando de conseguir el mismo éxito comercial del hip-hop, moldearon su música siguiendo la misma línea temática de las letras (como el sexo, el machismo y el ambiente de la discoteca) e incluyendo una estética visual callejera (2009: 5).
- 8 No es extraño, por ejemplo, que en sus canciones se haga referencia a esta consagración en términos de mercado e inclusive es bastante extendida una práctica publicitaria como la mención de productores, distribuidoras y disqueras en sus letras.
  - 9 El contraste entre el universo pobre que reflejan sus letras y esta búsqueda de distinción por la vía económica puede verse claramente reflejado en la presentación de sus intérpretes. Los cantantes de reggaetón se florecían, como los artistas del hip hop, vestidos con ropa deportiva y envueltos por un ornato ostentoso: cadenas doradas, relojes ampulosos, autos deportivos, etc.
  - 10 En los países de América Central este proceso de homogeneización había sido producido a partir de los diversos hitos migratorios (la construcción del Canal de Panamá, la diáspora puertorriqueña a los Estados Unidos, etc.) y en centros más bien problemáticos y desterritorializados como Panamá, Puerto Rico, República Dominicana, e inclusive como Nueva York. De este modo, el reggaetón aglomeró un universo en el que los discursos de lo nacional se habían visto adelgazados, proveyendo una zona franca que supo ser leída tanto por el mercado regional como por el mercado mundial. Frances Negrón-Muntaner, que ha estudiado este proceso en Puerto Rico, resalta el carácter de bien de exportación de la cultura boricua, que da vuelta la balanza del intercambio con los Estados Unidos (2007: 41).
  - 12 El baile y el reggaetón resultan indisociables. Se trata un estilo musical creado en el calor de las discotecas, cuya principal función es la de ser bailado. El “perreo”, forma de danza subsidiaria del género, impone una marca distintiva, fácilmente reconocible, que se le asocia, muchas veces a partir de una condena moral. El baile en el reggaetón está presente no solamente en su patrón rítmico sino además en la estructura enunciativa, presentando códigos amorosos alternativos, al mismo tiempo que creando una poética abiertamente corporal. El discurso amoroso ampliamente sexualizado –al mismo tiempo que la tematización del baile– instauro, por lo tanto, un habla corporal que desacomoda un horizonte de tabúes establecidos por las sociedades regionales. Su popularidad en toda Latinoamérica acaba por inaugurar zonas del cuerpo que en países con tradiciones fuertemente conservadores habían sido silenciadas. Baile y sexo, relación insinuada y rechazada constantemente, inauguran una ambigüedad que posibilita la liberación de cierta represión en los discursos mediáticos y en consecuencia habilita formas nuevas de interacción entre las personas. El machismo, la misoginia, la estructura patriarcal de sus campos enunciativos no puede ser negada, pero tampoco pueden ser abordada sin reconocer esta relación entre lo que se dice y lo que se baila. En este sentido, el hombre es el sujeto de discurso, sí, pero en la medida en que se vierte sobre baile, es la mujer quien tiene el último movimiento, más si pensamos en trabajos como los Carolina Rodrigues Morgado (2012), en los que queda claramente demostrada la preeminencia femenina en el baile.
  - 13 En este punto es destacado el uso del vocativo Monsieur que con una abierta incorrección gramatical recoge los modos de la supuesta formalidad –el uso del francés, por ejemplo– reconocidos en las clases marginales que recuperan un repertorio lingüístico cazado al vuelo, esencialmente exterior.