Urban music, hurban y música urbana: falsos amigos, afinidades electivas y procesos de categorización de un hipergénero glocal. Introducción al *dossier* "Música urbana: masificación y cambios sociales de un campo en disputa"[1]

Sebastián Muñoz-Tapia
Departamento de Antropología, Universidad Alberto Hurtado
sebastianmunozt@gmail.com

Marina Arias Salvado
Investigadora independiente
marina.aria981@gmail.com

Karim Hammou
Centre de recherches sociologiques et politiques de Paris (Cresppa), CNRS
karim.hammou@cnrs.fr

Coordinadores *dossier*

En la última década, diversas músicas asociadas a lo urbano se han convertido en sonidos dominantes en América Latina y España, encabezando de forma recurrente las listas regionales y globales de Spotify y YouTube con reggaetón, trap, dembow y fusiones locales como el mambo chileno, el RKT argentino, los corridos tumbados mexicanos o las mezclas españolas con el flamenco. Medellín se consolida como polo del reggaetón con figuras como Karol G o Feid; Buenos Aires exporta las *sessions* de Bizarrap con artistas como Shakira o Quevedo; Vicuña proyecta a FloyyMenor; y la Ciudad de México aporta fenómenos como Bellakath o Peso Pluma. Entre estos procesos destaca el posicionamiento de Bad Bunny, uno de los artistas con más reproducciones a nivel mundial durante la última década, lo que consolida el alcance global del reggaetón. Temas producidos en estudios caseros, como "Una noche en Medellín" de Cris MJ –grabada con un micrófono económico y que supera los 1.046 millones de reproducciones en Spotify a 19 de agosto de 2025–, conviven en las mismas listas que los lanzamientos de grandes sellos, evidenciando los cambios producidos por la plataformización de la música. Pero más allá del *mainstream*, una infinidad de cantantes, raperos, fotógrafos, visualistas o mánagers también crean sus obras artísticas, poseen sus propios circuitos y públicos.

Este ascenso masivo y de múltiples nichos, sin embargo, convive con un renovado pánico moral. En Colombia, la canción "+57", colaboración de varios artistas populares, generó controversia por referencias interpretadas como sexualización de adolescentes, lo que motivó un fallo judicial para modificar la letra por vulnerar derechos fundamentales. En Chile, la participación anunciada del artista mexicano Peso Pluma en el Festival de Viña del Mar en 2024 suscitó rechazo de autoridades, académicos y grupos ciudadanos que lo acusaron de

1. Este artículo ha contado con financiamiento del proyecto Núcleo Milenio en Culturas Musicales y Sonoras (CMUS), NCS2022_016, ANID, Chile.

Licencia Creative Commons 4.0 "Reconocimiento-Sin Derivar- No Comercial" http://doi.org/10.7764/res.2025.57.2.

promover la "narcocultura". Estas reacciones condensan tensiones de clase, raza y género que etiquetan al reggaetón como "música de barrio", al trap como "himno al narco" o al dembow como "ruido marginal", al mismo tiempo que estas músicas llenan discotecas, estadios y acumulan premios internacionales. Pero con frecuencia, en el discurso público, la categoría "música urbana" se da por sentada y se homogeniza. Ante esto cabe preguntarse: ¿qué es lo urbano? ¿Cómo convergen estas experiencias tan diversas y cómo entran en disputa? ¿Cuáles son sus vínculos con la *urban music*? ¿Son versiones de lo mismo?

El análisis de la categoría de lo urbano en los circuitos musicales globales permite observar que la llamada "música urbana" no se trata de un género fijo o coherente, sino de una formación discursiva y musical mutable, moldeada por el cruce de genealogías globales y locales, infraestructuras tecnológicas, lógicas comerciales y significados culturales cambiantes. Así, desde una perspectiva transnacional, lo urbano funciona como un *falso amigo*:[2] un término que promete claridad semántica y equivalencia transcultural, pero que en la práctica oculta asimetrías de poder, genealogías divergentes e imaginarios estéticos en disputa. Lo que en América Latina y España se denomina *música urbana* puede compartir rasgos sonoros o patrones rítmicos con la *urban music* en Estados Unidos o las *musiques urbaines* en Francia (Hammou 2023), pero los significados sociales, las asociaciones raciales y culturales que acompañan a cada una pueden diferir profundamente.

No obstante, la persistencia de esta etiqueta en distintos idiomas y territorios señala la existencia de ciertas *afinidades electivas* y procesos de circulación cultural global. Esto no implica una esencia compartida, sino prácticas citacionales (Anderson 2020) y políticas de traducción ancladas en trabajos de categorización situados: la reinterpretación de la marginalidad como capital; el entrelazamiento con culturas digitales y economías de plataformas; la circulación global de modas y tendencias; la articulación de categorías de género, raciales y territoriales a través del sonido y la imagen. Las afinidades y circulaciones convierten a lo *urban* en un hipergénero (Buch 2013; 2018) glocal: una categoría que desborda los límites convencionales del género, capaz de absorber y resignificar formas musicales diversas. Como plantea Brackett (2016), estas clasificaciones no son neutras, sino centrales en la producción y recepción de la música. Esto permite entender los procesos de categorización de una etiqueta a la vez ubicua e inestable, que artistas, públicos e industrias negocian de modos que resultan tanto habilitadores como restrictivos.

Reconocer lo urbano asociado a hipergéneros marcados por falsos amigos, afinidades electivas y procesos de categorización permite ir más allá de los debates esencialistas sobre autenticidad u origen. Este enfoque desplaza la atención hacia las mediaciones, traducciones y negociaciones concretas mediante las cuales lo urbano adquiere su significado en agenciamientos diversos. Tal perspectiva sitúa en primer plano las formas y las prácticas de delimitación y la necesidad de historizar los términos empleados para describir la producción cultural contemporánea.

En este sentido, comenzaremos revisando dos genealogías que permiten comprender elementos similares y divergentes que, aunque se cruzan, mantienen su singularidad: los usos

2. El uso del término *falso amigo* al referirnos a las categorías "*urban music*", "*hurban*" y "música urbana" retoma la propuesta de Jordán y Smith (2012), quienes analizan cómo la expresión *popular music* y su traducción directa como música popular pueden funcionar como cognados engañosos. Aunque comparten raíz léxica, poseen significados y asociaciones culturales divergentes en sus respectivos contextos académicos y sociales. Estas traducciones reflejan formas de imposición lingüística y generan desplazamientos semánticos que no solo confunden el objeto de estudio, sino que reproducen jerarquías y malentendidos transculturales.

iniciales de la noción *urban* en Estados Unidos y su deriva "latina", del *hurban* a la música urbana. Estas genealogías sirven como antesala para explorar, en los artículos del *dossier*, las versiones latinoamericanas y españolas de la categoría. En esta introducción, además, interesa vincular dichas configuraciones con los actuales procesos de digitalización, cambio tecnológico y cruces culturales. Para abordar esta complejidad, resulta pertinente la propuesta de G. Born (2022) de una "antropología-en-el-medio" de la música digital, que evita relatos lineales o tecno-deterministas y rastrea la interacción entre trayectorias tecnológicas y formaciones sociales, culturales y políticas. Esta perspectiva se articula con un cierto *ethos* Hip Hop[3] expandido a lo urbano, entendido como un marco para reconocer afinidades estéticas y sociales compartidas. En ese marco, interesa observar las articulaciones y tensiones entre las industrias discográficas, el periodismo y la crítica cultural, los medios masivos, pero que también se abren a los artistas, los públicos e incluso los algoritmos de clasificación, que hacen emerger diversas figuraciones de lo urbano.

La genealogía *urban contemporary* en Estados Unidos: multiculturalidades, disputas comerciales y cambios en las industrias culturales

En el imaginario colectivo pervive una analogía que vincula la ciudad, la movilidad y la modernidad (Simmel 2012 [1903]). A partir de esta asociación, a finales de la década de 1970 surgió un nuevo estilo de programación radiofónica en varias ciudades de Estados Unidos que buscaba renovar y reconfigurar los formatos anteriores de apreciación musical. Esta transformación comenzó desafiando una división fundamental y longeva en la industria musical estadounidense: la separación entre "música negra" y "música blanca", una dicotomía que ha estructurado la producción y el consumo musical desde la década de 1920, con el pop alineado frecuentemente con esta última (Roy 2004; Brackett 2016). Esta división refleja la estructura racializada y segregada de la sociedad estadounidense, la cual solo se vio alterada gradualmente desde la década de 1950 por un lento proceso de desegregación.

Los cambios sociales y culturales de la década de 1960 tuvieron repercusiones significativas en la industria musical. En primer lugar, varias iniciativas comerciales demostraron tanto el atractivo masivo de la música afroamericana como la viabilidad de las empresas propiedad de personas afrodescendientes dentro de la industria. En segundo lugar, la erosión gradual de la segregación racial en la educación y el ocio creó oportunidades para que una nueva generación de afroamericanos ingresara a la industria musical, coincidiendo con el surgimiento de una clase media negra. Estos cambios se reflejaron en la aparición de nuevos ejecutivos de radio en mercados urbanos, quienes implementaron estrategias innovadoras de programación. Una figura clave en este proceso fue Frankie Crocker –músico de jazz y graduado universitario– quien se convirtió en el director de programación de WBLS en la ciudad de Nueva York durante la década de 1970. Crocker fue pionero de un formato que destacaba "aquellos artistas cuya música simplemente trasciende el color de la piel".[4] De manera similar, Jim Maddox en Los Ángeles impulsó el concepto de "lo mejor de ambos lados" en KDAY, promoviendo una mezcla de R&B progresivo y éxitos del Top 40 (Gray 1974, 27).

3. Se adopta la grafía Hip Hop (sin guion y con mayúsculas iniciales) siguiendo el argumento de Iglesias y Harris (2023), quienes defienden que se trata de una cultura en un sentido amplio y no solo de un estilo musical o producto mediático. Esta idea es afín a la propuesta de un *ethos*, que incluye, pero supera lo musical y comercial.

4. "Conversation with Frankie Crocker". 1980. *Record World*, 13 de septiembre, suplemento, p. 6.

Esta filosofía emergente de programación ganó fuerza alrededor de 1980, a medida que la era disco –y los formatos radiofónicos asociados a ella– comenzaban a decaer. En los últimos meses de 1979, el nuevo sonido fue etiquetado en la prensa especializada como "*urban*" y "*contemporary*". Estos términos reflejaban la ambición de rivalizar con el atractivo generalizado de los formatos *Adult Contemporary* y *Contemporary Hit Radio*, al mismo tiempo que se alineaban con una visión moderna y cosmopolita de la ciudad como centro de innovación y diversidad social (Hammou 2023). Sin embargo, aunque el formato *Urban Contemporary* desestabilizaba la arraigada dicotomía racial de la música en Estados Unidos, también se cruzaba con otras fronteras sociales. Estrechamente vinculado al surgimiento de la clase media negra, promovía ideales de refinamiento, respetabilidad y una visión "daltónica" del color –valores presentes no solo en sus selecciones musicales, sino también en su "*stationality*" (Coddington 2023), es decir, en la identidad sónica y cultural general transmitida a través de los DJs, los anuncios y las estéticas en el aire–.

Aunque esta visión fundacional –impulsada por los primeros arquitectos del formato– prevaleció inicialmente, pronto fue cuestionada y transformada a medida que la radio *Urban Contemporary* se expandía hacia nuevos contextos socioculturales por todo el país. A comienzos de la década de 1980, el formato había captado la atención de un número creciente de programadores de radio. Sin embargo, en parte debido a las persistentes categorizaciones raciales empleadas por las firmas de investigación de audiencias y las agencias de publicidad (Hammou 2023), la aspiración del formato de trascender las fronteras raciales resultó ser efímera. Para mediados de los años ochenta, "*urban contemporary*" era entendido como un eufemismo para referirse a la música negra (George 1988), y su lógica se trasladó de la programación radial a las estrategias de *marketing* de las discográficas.

El auge del formato *Urban Contemporary* coincidió con la aparición de un nuevo género: el rap. Inicialmente, este encuentro estuvo marcado por la tensión. Para los primeros defensores de la radio *Urban Contemporary*, el rap era "demasiado negro", como expresó el propio Crocker al enfrentarse al primer gran éxito del género, "Rapper's Delight" de Sugarhill Gang. Además, el rap chocaba con la imagen cuidadosamente cultivada del formato: aunque profundamente urbano y moderno, el nuevo sonido del rap rechazaba los ideales de refinamiento y moderación. Inspirado en el exuberante multiculturalismo del P-Funk y en temas cada vez más politizados, el rap enfatizaba la autenticidad negra y la cultura juvenil (Henderson 1996; Rivera 2001). Este enfoque contrastaba fuertemente con el espíritu orientado al público adulto que la programación *Urban Contemporary* buscaba mantener en un inicio.

No obstante, la radio *Urban Contemporary* también sirvió como una herramienta para navegar las complejidades de mercados urbanos diversos a nivel racial, donde las realidades demográficas a menudo desafiaban la estricta dicotomía blanco/negro. Se convirtió en un espacio de experimentación tanto musical como social en términos de hibridez. En particular, a finales de la década de 1970 y comienzos de los años ochenta, surgió un interés creciente por las audiencias latinas, impulsado por el éxito del *Miami Sound* –una mezcla de influencias disco, latinas y pop– y por el reconocimiento cada vez mayor de estrellas latinas (Casillas 2014; Bénistant 2019). A medida que ciudades como Nueva York, Los Ángeles y Miami se volvían cada vez más centrales para la influencia continental de la industria musical estadounidense, los oyentes latinos se convirtieron en un foco estratégico para los programadores de radio.

Aunque originalmente fue concebido para atraer tanto a oyentes negros como blancos, el formato *Urban Contemporary* terminó propiciando una reconfiguración más amplia de las dinámicas raciales en la industria musical. En 1980, el propio Crocker reconocía la aparición de un "tercer" segmento de audiencia:

> Claramente hay artistas que simplemente hacen música negra, al igual que hay artistas, artistas blancos, que simplemente hacen pop blanco. Pero cuando tienes artistas que hacen música que puede tener éxito en tres o cuatro mercados diferentes –negro, hispano [*Spanish*], y así sucesivamente– simplemente es un éxito.[5]

Unos años más tarde, cuando los consultores comenzaron a formalizar y sindicar el modelo *Urban Contemporary*, Steve Sandman de la compañía Drake-Chenault destacaba su atractivo demográfico: "[c]ualquier lugar con un segmento hispano numeroso hace que la audiencia urbana sea muy favorable" (Love 1985, 46).

Por su parte, Amy Coddington (2023) documenta cómo emisoras como Power 106 en Los Ángeles y WQHT en Nueva York diversificaron su programación en la segunda mitad de la década de 1980, incorporando influencias latinas y puertorriqueñas –particularmente de los géneros pop latino y *freestyle*–. Aunque el *freestyle* perdió popularidad hacia finales de la década, el Hip Hop latino –desarrollado tanto por grupos chicanos de la Costa Oeste como por artistas puertorriqueños de la Costa Este– continuó fortaleciendo los lazos entre la música urbana y la identidad latina. A través de estas reformulaciones, el formato *Urban Contemporary* evolucionó hacia un formato multicultural: un dispositivo de *marketing* capaz de abordar la fragmentación étnica de las audiencias, articulando sensibilidades musicales compartidas a través de divisiones raciales y culturales.

La genealogía del urbano latino desde Estados Unidos y la relevancia del reggaetón: diversidad terminológica y dinámicas del mercado

La categoría de lo urbano en la música latina ha experimentado varios cambios desde la década del 2000. Un claro ejemplo de estas variaciones son los diferentes nombres que se le han dado a lo largo de dos décadas, así como los diversos géneros musicales que va englobando. Además, ha sido objeto de controversia, como ocurrió con la *urban music* anglófona en Estados Unidos, y, desde la década del 2020, su uso se debate en muchos espacios musicales latinos (estadounidenses), especialmente en los medios de comunicación dirigidos a la generación *millennial* y la generación Z. Por tanto, examinar su genealogía plantea preguntas no solo sobre qué es la música urbana, sino también por qué es un hipergénero que vale la pena (o no) utilizar en el ámbito de las músicas populares, quiénes lo emplean y cómo su presencia ha moldeado la industria musical latina.

En los Premios Grammy Latinos de 2004, la categoría "Mejor Álbum de Rap/Hip-Hop" se transformó en "Mejor Álbum de Música Urbana". Parece que este cambio de nombre tenía la intención de incluir otros géneros musicales, especialmente el reggaetón, que se encontraba

5. "Conversation with Frankie Crocker". 1980. *Record World*, 13 de septiembre, suplemento, p. 6.

en pleno auge,[6] aunque el premio finalmente lo obtuvo el rapero boricua Vico C con su álbum *En honor a la verdad*. El año siguiente, compitieron nombres como Daddy Yankee, Don Omar y Luny Tunes, mostrando el crecimiento del reggaetón dentro de la esfera de la música urbana. En 2007 se introdujo el premio "Mejor Canción Urbana", otorgado a Calle 13 y Orishas por su canción de reggaetón con crítica social "Pa'l Norte". De hecho, el dúo puertorriqueño representó a los ganadores ideales desde finales de la década de los 2000 hasta la primera mitad de la década de 2010, siendo galardonado en cada nominación a esta categoría. Mientras que la categoría de mejor álbum sigue vigente,[7] aquella dedicada a una canción de música urbana se dividió en dos en 2020, una dedicada al reggaetón y otra al rap y Hip Hop, en respuesta a las críticas realizadas por diferentes artistas de reggaetón (Jackson 2020).

Pero, a la vez que se desarrollaba la idea de música urbana en los Latin Grammy, se construía otra categoría en la industria musical estadounidense. Si echamos un vistazo a la revista *Billboard*, observamos que, al menos desde principios de los años 2000, géneros musicales como el rap latino y el reggaetón han formado parte de las listas de Latin Airplay.[8] Sin embargo, ambos géneros no se presentaron juntos hasta noviembre de 2004, en un breve artículo publicado por Leila Cobo sobre un nuevo formato de radio llamado *hurban* (Cobo 2004, 8 y 52). Este texto destaca el giro que había dado la compañía Clear Channel para atraer a una creciente comunidad latina en Estados Unidos, con la tercera generación bilingüe en mente, y que buscaba beneficiarse del éxito del reggaetón y el Hip Hop latino. Vale la pena señalar que, si bien "hispano" fue una categoría etnorracial establecida en Estados Unidos en ese entonces (Sommers 1991), algunos años más tarde sería sustituida por el término latino, lo que hizo que la propia categoría *hurban* pasara de moda.[9]

No obstante, ha habido un interés académico significativo hacia este término, relacionado con la creciente popularidad del reggaetón a mediados de la década de 2000. De esta manera, Pacini Hernandez ilustra cómo el *hurban* fue adoptado por los medios estadounidenses y la industria discográfica, pues los sellos discográficos latinos crearon subdivisiones de la música urbana, mientras que los sellos de Hip Hop hicieron lo mismo con la música latina, mostrando las sinergias entre ambas categorías (2010). Marshall también destaca la influencia de la franquicia de radio La Kalle, que buscó encarnar una "identidad urbana estadounidense 'callejera'" (2009, 59). Por su parte, Rivera-Rideau profundiza en las intrincadas construcciones raciales del reggaetón en el *mainstream* estadounidense, reflexionando sobre cómo

> [e]sta categoría urbana vinculaba la latinidad y la negritud a través de estereotipos asociados con las comunidades negras y latinas pobres y urbanas, manteniendo al mismo tiempo la separación rígida entre las dos categorías en el léxico racial de Estados Unidos (2015, 133).

---

6. Es más, en los premios de 2003 estuvieron nominados *El Abayarde* de Tego Calderón y *De fiesta* de El General, que incluyen reggaetón y reggae en español.

7. En la ceremonia de 2009, se fusionó con el rock latino/alternativo, una decisión criticada por Cobo (2009a).

8. Por ejemplo, *The Last Don Live Vol. 1* de Don Omar alcanzó el primer puesto en la lista de álbumes tropicales, seguido de otros artistas como Elvis Crespo, Victor Manuelle, Baby Rasta y Gringo o Ivy Queen, lo que demuestra la temprana introducción del reggaetón en la categoría tropical ("Latin". 2004. *Billboard*, 26 de junio, p. 38).

9. Cabe destacar que en 2005 *Billboard* creó una lista llamada Latin Rhythm, que incluía no solo reggaetón, sino también álbumes de Hip Hop latino, dance latino y rap banda, complicando de nuevo la dimensión léxica ("New Latin Charts Bow". 2005. *Billboard*, 21 de mayo, p. 10)

Sin embargo, la autora también contempla las posibilidades que ofrece la categoría *hurban* para reimaginar la relación entre estos géneros musicales y determinadas construcciones raciales. Además, identifica que lo urbano es entendido como "la próxima gran novedad, una 'revolución' musical que transformaría la música latina" (ibid., 131). De todas formas, parece que la única innovación que aporta es el término en sí, lo que la lleva a examinar el significado de las palabras que la componen. Por un lado, señala que lo hispano "promueve características muy específicas como el dominio del español o una 'apariencia' mestiza para definir la latinidad en Estados Unidos" (136), marginando las representaciones de la identidad afrolatina. Por otro, lo "urbano" se vincula a los estereotipos puertorriqueños de los espacios urbanos, a menudo representados como de clase trabajadora y racializados.

El *hurban* también parece haber tenido una corta vida en las páginas de *Billboard*, dejando de usarse alrededor de la segunda mitad de 2006, en paralelo al descenso del consumo de esta música en Estados Unidos (Cobo 2006, 34). En contraste, el uso del término "*Latin urban*" o urbano latino está establecido, pues aparece cada año desde 2005 hasta 2021, aunque la palabra que tiene una frecuencia más constante en la revista podría ser reggaetón, lo que demuestra que, si bien la prensa musical no hace mucha referencia al urbano latino en sí, sí se refiere a los géneros musicales que lo componen. Por lo tanto, la tendencia a usar la categoría más amplia parece estar vinculada al crecimiento de estas músicas en períodos específicos en los que recuperan la atención de la industria musical estadounidense.[10] Así, dicho discurso se centra en aspectos económicos, que parecen haber impulsado las genealogías del urbano latino a lo largo de los años.

De esta manera, podemos observar varios *comebacks* que reactivan la presencia de estas músicas. Más tímidamente en 2009 (Cobo 2009b, 78), y con fuerza en 2014-2015 (Cobo 2015, 65-68), mientras que en 2016 el creciente éxito de la lista de reproducción Baila Reggaetón de Spotify introdujo un nuevo vector: el poder de las plataformas de *streaming* (Cobo 2016, 32-33). A partir de 2017, la música latina (urbana) se convirtió en sinónimo de éxito, mientras que hacia 2019 al *Latin urban* se unen los términos españoles "música urbana" y "(género) urbano", definido como "el término paraguas que abarca géneros como el reggaetón, el trap latino y el dembow" (Cepeda 2019, 46). Esto también coincide con la presencia de una nueva firma en *Billboard*, el periodista Eduardo Cepeda, quien engrosará junto con otros nombres la sección de música latina de la revista, hasta entonces sostenida principalmente por el trabajo de Leila Cobo.

Pero a finales de la década de 2010 no solo se consolidan diversas denominaciones de la música urbana, sino que también se producen algunos intentos de eliminar el componente "urbano" debido a sus connotaciones raciales. Un claro ejemplo de ello es la nota editorial publicada en la revista digital *Remezcla* por Eduardo Cepeda en octubre de 2020, que comienza con la siguiente declaración:

> A partir de ahora, *Remezcla* abandonará los términos urbano y música urbana al referirse al reggaetón, el trap latino, el dembow y otros géneros

10. Otro ejemplo de su uso por parte de la industria musical estadounidense son los paneles de conferencias que los Billboard Latin Music Awards dedicaron a la conversación urbana latina, como se vio en el panel "Urban Warfare", que se centró en las similitudes y diferencias entre los movimientos urbanos latinos en ambas costas y las maneras en que estos estilos pueden aprovechar al máximo la radio, la radiodifusión audiovisual y la distribución ("Urban Latin in Conference Spotlight". 2005. *Billboard*, 12 de marzo, p. 32).

> generalmente clasificados bajo el mismo paraguas, ya que son términos que están inextricablemente ligados a una historia de exclusión y segregación dentro de la industria de la música (Cepeda 2020).

Remezcla descarta su uso explicando que, si bien urbano/a se relaciona históricamente con la negritud en la música latina, también implica la omisión y discriminación de artistas de origen afrolatino en la escena. Sin embargo, el texto también propone un nuevo término que distorsiona aún más el juego de nombres: "el movimiento", ya que "captura la esencia de lo que este movimiento global ha logrado, a la vez que le otorga una connotación inspiradora, libre de las nefastas implicaciones que le atribuyen los guardianes de la industria". Por lo tanto, este cambio explícito proviene de una perspectiva activista desde el periodismo musical que busca reformular el pasado, el presente y el futuro de esta categoría, mostrando el potencial para reconfigurar su historia.

A pesar de ello, términos como música urbana siguen vigentes, como demuestra este *dossier*. Las distintas denominaciones de este conjunto de prácticas musicales responden a matices significativos: no es lo mismo destacar su origen español o inglés, su carácter latino o hispano, o abandonar la categoría "urbana" por sus connotaciones raciales subyacentes. Lo cierto es que se trata de una etiqueta forjada por la industria musical y los medios de comunicación latinos en Estados Unidos, asociada al éxito comercial y a la idea de novedad, dirigida a un público joven identificado como un nicho de mercado en expansión.

Sin embargo, nuevamente es necesario atender a los usos situados, ya que en diversos contextos –como el chileno (Muñoz-Tapia y Pinochet-Cobos 2025)–, lo urbano se reactiva desde abajo (desde artistas y públicos locales) que, en diálogo con la influencia de Puerto Rico, luego se articula progresivamente con los lenguajes de la industria y de los intermediarios culturales. En este sentido, y siguiendo a Born (2017), resulta clave observar cómo las mediaciones operan en distintas escalas: desde las microsocialidades de la *performance* y las comunidades imaginadas que la música convoca, hasta la refracción de relaciones sociales más amplias y las formas institucionales de mediación. Estas escalas permiten comprender cómo las figuraciones de lo urbano se inscriben en genealogías múltiples que, a su vez, dialogan y entran en tensión con los procesos de circulación global.

Digitalización y flujos globales en la reemergencia de lo "urbano": asimetrías, polos culturales y reconfiguraciones periféricas

La reemergencia de los términos *urban* (en inglés) y urbano (en español) como categorías musicales de resonancia internacional se comprende mejor en vinculación a dos dinámicas interrelacionadas: las transformaciones tecnológicas derivadas de la digitalización desde comienzos de la década de 2000, y la articulación entre flujos circulatorios globales y producciones culturales locales. En este marco, el Hip Hop desempeña un papel relevante al condensar ambos procesos (Gamble 2024), pese a que su relación con las músicas urbanas según definiciones singulares se caracteriza con frecuencia por tensiones.

Desde una perspectiva amplia, la digitalización musical se ha concebido en torno a la dialéctica entre desintermediación y reintermediación (Leyshon 2001; Fouce 2012). La primera implica

la eliminación de intermediarios convencionales mediante la adopción de *home-studios*, DAWs, redes de intercambio de MP3 entre pares y difusión en blogs, sitios web y plataformas sociales. La individualización del consumo, facilitada por dispositivos móviles, se inscribe en el régimen de *Networked Mobile Personalization* (Hesmondhalgh 2019) y favorece relaciones directas entre artistas y públicos, así como una "democratización musical" que otorga visibilidad a escenas independientes y músicos antes no visibilizados.

No obstante, este escenario también conlleva la consolidación de nuevas formas de reintermediación, que se manifiestan en nuevos actores que gestionan la distribución y la curaduría algorítmica (Leyshon 2001; Prey 2016). Desde 2010, plataformas como Spotify y Apple Music, junto con otros *Digital Service Providers* (DSPs), se integran en ecosistemas dominados por conglomerados tecnológicos como Apple, Google, Amazon y Meta. Al tiempo, YouTube se ha consolidado como una de las principales vías de consumo musical a nivel global, combinando funciones de red social y plataforma de distribución. En paralelo, las telecomunicaciones median el acceso mediante convenios comerciales –por ejemplo, planes de telefonía móvil que incluyen suscripciones a servicios de *streaming*–, mientras los sellos discográficos diversifican su rol, a veces transformándose en casas editoras. La literatura señala un desplazamiento hacia la plataformización y economías de *streaming*, donde la propiedad cultural se reemplaza por acceso transitorio (Hesmondhalgh 2019; Drott 2024), se revalorizan los derechos de propiedad intelectual y el consumo se estructura a través de curaduría algorítmica y humana (Prey et al. 2022; Raffa y Pronzato 2025). La música se convierte en "contenido" y "dato" (Bonini y Magaudda 2024; Negus 2019; Drott 2024), incorporando materiales audiovisuales, rendimiento en redes sociales y otros recursos generadores de tráfico. El valor del artista se recalibra mediante métricas de visibilidad (Ng y Gamble 2024), mientras las plataformas extraen datos de los usuarios para personalizar interfaces y monetizar información.

En este paisaje mediado digitalmente, el Hip Hop muestra una afinidad particular con las lógicas culturales emergentes. En su análisis del Hip Hop anglófono en comunidades negras diaspóricas, Gamble (2024) destaca su notable adaptabilidad a los entornos digitales y propone una homología estructural entre la forma actual de los flujos en internet y las características formales del rap, destacando un *ethos* de "compartir" (*sharing*) que coincide con la cultura participativa de la web (Jenkins et al. 2016), que fomenta la remezcla y encarna el individualismo en red teorizado por Rainie y Wellman (2012). Esta perspectiva se vincula con la noción de "*ethos* del Hip Hop" de Harrison y Artur (2019), que combina la afirmación subalterna con orientaciones comunitarias y relativas al emprendedurismo. En el plano visual y simbólico, los códigos estéticos funcionan como signos de afiliación y desafío. La producción estratégica de *hype*, entendida como una sobreexposición performativa, incrementa la visibilidad individual y refuerza la economía expresiva del género (Gamble 2024), articulando competitividad meritocrática (*hustling*) con pertenencia local, apoyo mutuo y compromiso político.

En un plano artístico las lógicas de la digitalización son afines a técnicas clásicas del Hip Hop como *sampling*, estructuras antifonales, producción multinivel y fragmentación sonora. Bajo condiciones materiales limitadas, estas prácticas reapropian tecnologías de consumo –tocadiscos, *samplers*– como instrumentos de innovación. Su vínculo con la cultura digital se expresa en modos de producción donde los *home-studios* y *softwares* pirateados son habituales incluso en circuitos profesionales, y compartir o piratear forma parte integral del

ciclo creativo. A la vez, la metodología Hip Hop se adapta orgánicamente a las exigencias del *streaming*: pistas breves, intros dinámicas y *hooks* repetitivos optimizan el contenido para un consumo intensivo, mientras ritmos basados en *loops* y voces centradas en *punchlines* facilitan una producción continua, reforzando el potencial de monetización. Finalmente, Gamble (2024) subraya su estrecha conexión con la cultura meme, por su capacidad de condensar significados en unidades visuales compactas. Su léxico –ropa deportiva, gestos, peinados– constituye un reservorio de signos que circulan y se expanden internacionalmente, amplificados mediante colaboraciones con marcas globales (Chang 2014; Klein 2001), recontextualizados digitalmente en formatos meméticos, lo que contribuye a su resonancia cultural global.

Asimismo, esta prominencia global del Hip Hop en la cultura digital invita a reflexionar críticamente sobre la persistencia de asimetrías en la circulación cultural. El concepto de cultura internacional-popular de Ortiz (2004) es útil para comprender signos reconocibles que trascienden fronteras nacionales: objetos, imágenes y referencias culturales como Coca-Cola, McDonald's, cine, música y los ídolos deportivos generan familiaridad global. Gamble (2024) caracteriza estas tendencias digitales como un conjunto de estéticas virales y prácticas participativas transfronterizas, con el Hip Hop como forma paradigmática por su lógica inherente de compartir.

Además de ello y a pesar de sus orígenes en comunidades marginadas –del South Bronx a Compton–, la difusión global del Hip Hop se despliega a través de infraestructuras dominadas por el capitalismo cultural centrado en Estados Unidos (Tickner 2006). Las dinámicas centro-periferia permanecen (Desblache 2019; Verboord y Brandellero 2018): por el momento, Estados Unidos y el Reino Unido continúan definiendo normas estéticas y mantienen su hegemonía gracias a la magnitud de sus mercados internos y a su capacidad de inversión. Artistas no anglófonos que alcanzan reconocimiento global suelen adaptarse a códigos en inglés. Así, aunque la digitalización amplió el acceso de escenas periféricas, este sigue condicionado por desigualdades estructurales, financieras y de *soft-power*.

Estudios empíricos confirman que la centralidad cultural global se correlaciona con la visibilidad: los productos de países centrales predominan en listas internacionales. Este dominio no excluye apropiaciones alternativas, irrupciones virales y mercados regionales o locales. Factores como políticas lingüísticas, regulación mediática e infraestructura cultural condicionan la recepción de formas globales. Verboord y Brandellero (2018) destacan la importancia de vínculos geoculturales, los efectos negativos de la distancia cultural y geográfica, y la existencia de mercados culturales-lingüísticos diferenciados –anglófono, hispanófono, francófono–, así como agrupaciones regionales (América Latina, Europa occidental) y ámbitos nacionales. Esto refuerza la noción de proximidad cultural y mercados lingüísticos, en línea con estudios previos en cine y televisión (Fu y Sim 2010; Straubhaar 2014).

La globalización de músicas antes "periféricas" –como el reggaetón latinoamericano– muestra cómo estos géneros se incorporan al *mainstream*.[11] Según IFPI (2023, 2024), América Latina creció 19,4% en 2023, impulsada por géneros latinos como el reggaetón o el latin-trap. Así, también escenas regionales de la llamada música urbana como el RKT argentino, el mambo

11. Al mismo tiempo, nuevos polos culturales como K-pop y J-pop poseen influencia comparable. Corea del Sur, con un 44,8% de crecimiento en 2020, concentró diecisiete de los veinte álbumes más vendidos en 2023.

chileno, el funk carioca brasileño reelaboran estéticas globales desde marcos localizados. Estos casos se vinculan con la noción de Ortiz (2004) de familiaridad global generada por signos que cruzan fronteras, y cuestionan la traducción convencional, mostrando cómo el significado musical se rearticula lingüística, sonora, relacional y performativamente. En este proceso, elementos locales "auténticos" y códigos globales adquieren valor, posibilitando nuevas interpretaciones de lo "urbano" más allá de límites lingüísticos y geográficos (Desblache 2019) y permitiendo observar su vínculo con lógicas de abajo hacia arriba.

Para comprender plenamente esta dinámica, es necesario pasar de las condiciones digitales y estéticas generales del Hip Hop a las formas en que lo *urban* y lo *urbano* se configuran diferencialmente. En lugar de tratar estos conceptos, formas musicales y mundos sociales como versiones estables o meramente locales del Hip Hop, resulta más productivo examinar cómo se conforman. En este sentido, el Hip Hop puede, no puede o solo parcialmente puede formar parte de estas constelaciones "urbanas", a menudo de manera compleja y disputada. Estas formaciones influyen no solo en el sonido y las temáticas de la música, sino también en sus circuitos de producción, circulación y recepción, generando culturas musicales que negocian, se articulan o entran en conflicto con códigos globales. Además, el modelo centro-periferia no debe reducirse a binarios geográficos, ya que las escenas locales con frecuencia ocupan posiciones periféricas dentro de sus propios contextos nacionales, revelando geografías estratificadas y desiguales de la producción musical global. Así, el presente *dossier* permite observar las convergencias, alineaciones y tensiones que emergen en casos concretos alrededor de los procesos de categorización de la música urbana.

Referencias

Anderson, Crystal S. 2020. *Soul in Seoul: African American Popular Music and K-pop*. Jackson: University Press of Mississippi.

Bénistant, Alix. 2019. "Migrations en tension: l'influence de l'immigration cubaine à Miami sur la scène culturelle locale et l'industrie musicale 'latino'". *Revue française des sciences de l'information et de la communication* 17. http://journals.openedition.org/rfsic/7450.

Bonini, Tiziano y Paolo Magaudda. 2024. *Platformed! How Streaming, Algorithms and Artificial Intelligence Are Shaping Music Cultures*. Pop Music, Culture and Identity. Cham: Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-43965-0.

Born, Georgina. 2017. "After Relational Aesthetics: Improvised Music, the Social, and (Re)Theorizing the Aesthetic". En *Improvisation and Social Aesthetics*, editado por Georgina Born, Eric Lewis y Will Straw, 33-58. Duke University Press. https://doi.org/10.1215/9780822374015-002.

_____. 2022. "Introduction: Music, Digitisation and Mediation – for a Planetary Anthropology". En *Music and Digital Media: A Planetary Anthropology*, editado por Georgina Born, 1-45. Londres: UCL Press. https://doi.org/10.14324/111.9781800082434.

Buch, Esteban. 2013. "Le duo de la musique savante et la musique populaire: genres, hypergenres et sens commun". En *Théories ordinaires*, editado por Emmanuel Pedler y Jacques Cheyronnaud, 43-62. París: Editions de l'EHESS.

_____. 2018. "La musique classique est-elle un genre ? Quelques remarques sur les pratiques de catégorisation à l'ère numérique". En *Déchiffrer les publics de la musique classique: perspectives comparatives, historiques et sociologiques*, editado por Stéphane Dorin, 3-12. París: Editions des Archives contemporaines.

Brackett, David. 2016. *Categorizing Sound: Genre and Twentieth-Century Popular Music*. Oakland: University of California Press.

Casillas, Dolores Inés. 2014. *Sounds of Belonging: U.S. Spanish-Language Radio and Public Advocacy*. Nueva York: New York University Press.

Cepeda, Eduardo. 2019. "Voice of the People". *Billboard*, 16 de febrero.

_____. 2020. "Editorial Note: Remezcla Will No Longer Use the Terms 'Urbano' & 'Música Urbana'". *Remezcla*, 6 de octubre. https://remezcla.com/music/editorial-note-remezcla-will-no-longer-use-the-terms-urbano-musica-urbana/.

Chang, Jeff. 2014. *Generación Hip-Hop. De la guerra de pandillas y el graffiti al gangsta rap*. Traducción de Matías Battistón. Buenos Aires: Caja Negra.

Cobo, Leila. 2004. "CC Bows 'Hurban' Format". *Billboard*, 27 de noviembre.

_____. 2006. "Latin Shipments Down in Q1". *Billboard*, 10 de junio.

_____. 2009a. "Bring The Noise". *Billboard*, 4 de julio.

_____. 2009b. "The New Wave". *Billboard*, 19 de diciembre.

_____. 2015. "The New Face of Latin Music". *Billboard*, 2 de mayo.

_____. 2016. "Latin: Streaming's Quiet Giant". *Billboard*, 12 de octubre.

Coddington, Amy. 2023. *How Hip Hop Became Hit Pop*. Oakland: University of California Press.

"Conversation with Frankie Crocker". 1980. *Record World*, 13 de septiembre, suplemento, p. 6.

Desblache, Lucile. 2019. *Music and Translation: New Mediations in the Digital Age*. Londres: Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/978-1-137-54965-5.

Drott, Eric. 2024. *Streaming Music, Streaming Capital*. Durham: Duke University Press.

Fouce, Héctor. 2012. "Entusiastas, enérgicos y conectados en el mundo musical". En *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*, coordinado por Néstor García Canclini, Francisco Cruces Villalobos y Maritza Urteaga Castro-Pozo, 169-186. Madrid: Ariel.

Fu, W. Wayne y Clarice Sim. 2010. "Examining International Country-to-Country Flow of Theatrical Films". *Journal of Communication* 60: 120–43. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01455.x.

Gamble, Steven. 2024. "Introduction: Hip Hop and the Internet". En *Digital Flows: Online Hip Hop Music and Culture*, editado por Steven Gamble, 1-17. Oxford: Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780197656389.003.0001.

George, Nelson. 1988. *The Death of Rhythm and Blues*. Nueva York: Penguin Books.

Gray, Todd. 1974. "Music is King at KDAY-AM". *Billboard*, 25 de mayo, p. 27.

Hammou, Karim. 2023. "La racialisation musicale comme action conjointe. La carrière de la catégorie d''urban contemporary' dans l'industrie musicale états-unienne (1979-1984)". En *L'épreuve des frontières sociales*, editado por Marion Fontaine y Emmanuel Pedler, 65-88. París: Pedler Editions de l'EHESS.

Harrison, Anthony y Craig Arthur. 2019. "Hip-Hop Ethos". *Humanities* 8 (1): 39. https://doi.org/10.3390/h8010039.

Henderson, Errol A. 1996. "Black Nationalism and Rap Music". *Journal of Black Studies* 26 (3): 308-339.

Hesmondhalgh, David. 2019. "Have Digital Communication Technologies Democratized the Media Industries?". En *Media and Society*, editado por James Curran and David Hesmondhalgh, 101-120. Londres: Bloomsbury Publishing.

Iglesias, Tasha y Travis Harris. 2023. "It's 'Hip Hop,' Not 'hip-hop'". *Journal of Hip Hop Studies* 9 (1): 124-128. https://doi.org/10.34718/C8GM-6J27.

Jackson, Jhoni. 2020. "Sin Reggaetón No Hay Latin Grammys: Academy Listens & Adds Reggaetón Category". *Remezcla*, 26 de marzo. https://remezcla.com/music/latin-grammys-adds-reggaeton-category/.

Jenkins, Henry, Mizuko Ito y danah boyd. 2016. *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Nueva York: Polity.

Jordán, Laura y Douglas Smith. 2012. "How Did Popular Music Come to Mean Música Popular?". *IASPM@Journal* 2 (1–2): 19–33. https://doi.org/10.5429/2079-3871(2011)v2i1-2.3en.

Klein, Naomi. 2001. *No Logo*. Buenos Aries: Paidós.

"Latin". 2004. *Billboard*, 26 de junio.

Leyshon, Andrew. 2001. "Time–Space (and Digital) Compression: Software Formats, Musical Networks, and the Reorganisation of the Music Industry". *Environment and Planning A: Economy and Space* 33 (1): 49-77. https://doi.org/10.1068/a3360.

Love, Walt. 1985. "Turning on a New Urban Contemporary Format". *Radio & Records,* 19 de julio, p. 46.

Marshall, Wayne. 2009. "From Música Negra to Reggaeton Latino: The Cultural Politics of Nation, Migration and Commercialization". En *Reggaeton*, editado por Raquel Z. Rivera, Wayne Marshall y Deborah Pacini Hernandez, 19-76. Durham: Duke University Press.

Muñoz-Tapia, Sebastián y Carla Pinochet-Cobos. 2025. "Géneros musicales y generaciones: la conformación controversial de la 'música urbana' chilena". *Latin American Music Review* 46 (1): 102-131.

Negus, Keith. 2019. "From Creator to Data: The Post-Record Music Industry and the Digital Conglomerates". *Media, Culture & Society* 41 (3): 367-84. https://doi.org/10.1177/0163443718799395.

"New Latin Charts Bow". 2005. *Billboard*, 21 de mayo.

Ng, Jason y Steven Gamble. 2024. "Hip-Hop Music Producers' Labour in the Digital Music Economy: Self-Promotion, Social Media and Platform Gatekeeping". *New Media & Society* 0 (0): 1-19. https://doi.org/10.1177/14614448241295304.

Ortiz, Renato. 2004. *Mundializacion y Cultura*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Pacini Hernandez, Deborah. 2010. *Oye Cómo Va! Hybridity and Identity in Latino Popular Music*. Filadelfia: Temple University Press.

Prey, Robert. 2016. "Musica Analytica: The Datafication of Listening". En *Networked Music Cultures*, editado por Raphaël Nowak y Andrew Whelan, 31-48. Londres: Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/978-1-137-58290-4_3.

Prey, Robert, Marc Esteve Del Valle y Leslie Zwerwer. 2022. "Platform Pop: Disentangling Spotify's Intermediary Role in the Music Industry". *Information, Communication & Society* 25 (1): 74-92. https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1761859.

Raffa, Massimiliano y Riccardo Pronzato. 2025. "The Social Life of an Optimised Song: Reconstructing the Networked Cycle of Digital Music-Making". *Popular Music* 26: 1-19. https://doi.org/10.1017/S0261143025000273.

Rainie, Harrison y Barry Stephen Wellman. 2012. *Networked: The New Social Operating System*. Cambridge: MIT Press.

Rivera, Raquel Z. 2001. "Hip-Hop, Puerto Ricans, and Ethnoracial Identities in New York". En *Mambo Montage. The Latinization of New York City*, editado por Agustín Laó-Montes y Arlene M. Dávila, 235-262. Nueva York: Columbia University Press.

Rivera-Rideau, Petra. 2015. *Remixing Reggaetón: The Cultural Politics of Race in Puerto Rico*. Durham: Duke University Press.

Roy, William G. 2004. "'Race Records' and 'Hillbilly Music': Institutional Origins of Racial Categories in the American Recording Industry". *Poetics* 32 (3-4): 265-279.

Simmel, Georg. 2012 [1903]. "The Metropolis and Mental Life". En *The Urban Sociology Reader,* editado por Jan Lin y Christopher Mele, 23-31. Abingdon: Routledge.

Sommers, Laurie Kay. 1991. "Inventing 'Latinismo': The Creation of 'Hispanic' Panethnicity in the United States". *The Journal of American Folklore* 104 (41): 32-53. https://doi.org/10.2307/541132.

Straubhaar, Joseph. 2014. "Mapping 'Global' in Global Communication and Media Studies". En *Global Communication: New Agendas in Communication*, editado por Karin Wilkins, Joseph Straubhaar y Satish Kumar, 10-34. Nueva York: Routledge.

Tickner, Arlene B. 2006. "El hip-hop como red transnacional de producción, comercialización y reapropiación cultural". *Temas* 48.

"Urban Latin in Conference Spotlight". 2005. *Billboard*, 12 de marzo.

Verboord, Marc y Amanda Brandellero. 2018. "The Globalization of Popular Music, 1960-2010: A Multilevel Analysis of Music Flows". *Communication Research* 45 (4): 603-27. https://doi.org/10.1177/0093650215623834.

R