

De aventureros, despechados y hombres de pueblo: Un acercamiento sociológico a la relación entre los artistas y el campo de la música popular colombiana

Mónica Julieth Guerrero Pardo

Monografía de grado para optar por el título de socióloga

Carlos Andrés Charry Joya

Director de grado



Colegio Mayor Nuestra Señora Del Rosario

Escuela de Ciencias Humanas

Programa de Sociología

Bogotá, Colombia

2020

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS	4
RESUMEN.....	5
INTRODUCCIÓN	6
PRIMER CAPÍTULO	
DARÍO GÓMEZ – EL REY DEL DESPECHO COLOMBIANO	11
I. Del campo a la ciudad.....	11
II. Darío como agente y la escena musical antioqueña como campo (gestando la historia de un campo).....	13
III. Una discografía de vivencias	15
IV. El "papá de los pollitos"	17
SEGUNDO CAPÍTULO	
JHONNY RIVERA – EL HOMBRE DE PUEBLO	23
I. Los orígenes y la historia personal	23
II. El ingreso en la escena musical	25
III. "No es cantando, es transmitiendo lo que siento"	27
IV. El artista del pueblo, la melodía del pueblo	29
V. La innovación y la internacionalización.....	30
TERCER CAPÍTULO	
JESSI URIBE – EL GALÁN DE LOS MEDIOS	34
I. Música popular: de género a industria: El caso de Jessi Uribe "El galán de los medios"	34
II. Jessi Uribe: de mariachi en la ciudad a artista de realities	37
III. El ídolo como producto	39
IV. Las redes sociales y el yo como proyecto simbólico	44
V. La relación fan-estrella	45
CONSIDERACIONES FINALES.....	49
BIBLIOGRAFÍA	51
ANEXOS	53

ÍNDICE DE IMAGENES

Fotografías

Imagen 1. Darío Gómez a sus 30 años. 1981.....	12
Imagen 2. Darío cantando en un evento familiar. 1985	17
Imagen 3. Disco Darío Gómez y Los Legendarios – 36 éxitos. (s.f)	19
Imagen 4. Los "padres del despecho" en su juventud. Charrito Negro, Luis Alberto Posada y Darío Gómez. (s.f)	21
Imagen 5. Primera tarjeta de Jhonny Rivera. (s.f)	24
Imagen 6. Jhonny Rivera al inicio de su carrera musical junto al Charrito Negro. (s.f)	24
Imagen 7. Jhonny Rivera y su público en concierto. 2018	28
Imagen 8. Reconocimiento como tendencia nacional a la canción <i>Tu Veneno</i> interpretada a dúo por Jhonny Rivera y Jessi Uribe. 2019.....	32
Imagen 9. Flyer publicitario Tour Live Europa Jhonny Rivera. 2019	33
Imagen 10. Jessi Uribe presentándose en el hotel Dann de Bucaramanga. 2014.....	37
Imagen 11. Jessi Uribe en la final del reality "A Otro Nivel". 2017	40
Imagen 12. Flyer publicitario de la gira de música popular "Tour 40 años - Posada y sus amigos". 2019.....	43
Imagen 13. Historia de Jessi Uribe agradeciendo el apoyo de sus fans en la votación de una encuesta promovida por la emisora "La Kalle". 2020	46
Imagen 14. Publicación del club de fans manifestando su apoyo incondicional a Jessi Uribe. 2020	47

Agradecimientos

Antes que agradecer, quiero dedicarle esta investigación a cada persona que se haya identificado con el sentimiento de despecho en su vida, que se haya desahogado con la música y cuyos sentimientos haya encontrado plasmados en las melodías de una canción popular. Le dedico esta investigación a los despechados y a quienes le cantan al despecho. Les agradezco por desgarrar las guitarras, los acordeones y los requintos; por el llanto en la voz y por las letras melancólicas y llenas de emocionalidad. A todos, pero en especial a Darío Gómez, Jhonny Rivera y Jessi Uribe ¡gracias por tanta visceralidad!

Agradezco la incondicionalidad, el amor y el apoyo de mis padres Martha Stella y Edgar Enrique, quienes me acompañaron en todo mi proceso de construcción como socióloga y quienes desde su ejemplo me impulsan y me inspiran diariamente a ser una mejor persona y profesional. Gracias a mi papá por desde pequeña compartir conmigo su gusto por la música popular y por los conciertos a los que muy feliz y orgulloso me acompañó en el desarrollo de esta investigación. A mi mamá, gracias por animarme en cada momento y por ser tan comprensiva durante mi carrera universitaria y mi proceso final de escritura. En mi familia, agradezco a mi hermana Katherine y a mi prima Catalina por escucharme horas enteras hablando de música popular y por apoyarme en los momentos de crisis.

Me siento muy agradecida con la Universidad del Rosario y con todos los docentes que desde su experticia y saber se esforzaron por enseñarme y nutrir mi proceso de aprendizaje. A mis profesores, muchas gracias. Quiero reconocer y agradecer de manera especial a mi tutor Carlos Charry, quien desde el principio confió en este proyecto y quien desde su calidad humana y profesional me acompañó y me guio en cada paso de esta investigación. Muchas gracias profe por su buena disposición, su apoyo, su confianza y su paciencia; por compartir conmigo su conocimiento y su experiencia. Sin sus valiosas enseñanzas y observaciones esta investigación no hubiera sido posible.

A mis amigos, gracias por las conversaciones académicas y de la vida, tanto en la universidad como en las cantinas. Gracias a Juan, Laura U, Laura G. Marcela, Iván y Julián por siempre estar presentes y representar un espacio seguro en mi vida. Por los intercambios de conocimientos y de preocupaciones en la escritura de nuestras investigaciones; por escuchar y sentir conmigo tantas canciones de música popular. Gracias también a Andrés, Juan C y Felipe por sus constantes palabras de aliento y por siempre escucharme con interés y entusiasmo cuando me emocionaba hablando sobre esta investigación.

Finalmente, quisiera agradecer a los autores, periodistas, productores, investigadores y a todos quienes hayan hecho parte de la construcción de los documentos, videos y entrevistas a partir de los cuales estructuré y di vida a esta investigación. A ellos, muchas gracias por su buen trabajo y sus aportes.

Resumen

Esta investigación presenta un análisis de la relación y el proceso de construcción mutua que existe entre las trayectorias de vida de tres de los artistas más representativos de la música popular colombiana y el campo artístico- musical que el género popular ha formado en el país. Lo anterior desde un enfoque teórico que busca aportar una mirada sociológica con la implementación de nociones y conceptos analíticos pertenecientes a ramas de la disciplina que poco se han implementado en el estudio de la música popular colombiana; tales conceptos se encuentran asociados a la sociología de *los media* y de los campos sociales. En ese sentido, con un enfoque biográfico se hace un intento por reconstruir la historia del campo de la música popular a partir de las trayectorias de vida de Darío Gómez, Jhonny Rivera y Jessi Uribe.

PALABRAS CLAVE: Colombia, Música popular, campos de interacción, *Los media*, industria musical, despecho.

Introducción ¹

Nadie es eterno en el mundo,
ni teniendo un corazón,
qué tanto siente y suspira,
por la vida y el amor...
Todo lo acaban los años,
dime qué te llevas tú,
si con el tiempo no quedan,
ni la tumba ni la cruz.

(Canción: Nadie Es Eterno – Autor: Darío Gómez)

En Colombia existe un género musical que tiene como ancestros al bolero, el tango, la ranchera, el pasillo ecuatoriano y a la música guasca o carrilera (Acosta, 2011). Cuyas letras se encuentran dirigidas al despecho, al amor, al licor y al dolor; en cuya musicalidad resaltan las guitarras, las trompetas y los violines. Nadie es eterno en el mundo (1989) es una de las canciones más representativas de este género y su intérprete es Darío Gómez el "rey del despecho" colombiano, este género musical es reconocido en el país como "música popular".

Lo popular desde una perspectiva académica ha sido abordado en el mundo por los estudios culturales y los estudios de comunicación, por autores como García Canclini (1989) o Martín Barbero (1987) viendo la música popular en términos de lo inculto frente a lo culto (Canclini, 1989) y de la cultura de masas (Barbero, 1998). En el campo de la sociología de la música, resaltan autores como Ana María Ochoa (2003) u Octavio Sánchez (2005), quienes hacen un recorrido de las asociaciones de lo popular anclado a la música desde nociones de clase, pueblo, masividad, nacionalismo, tradición y folclore.

Cabe aclarar que el concepto de música popular acuñado en la presente investigación no se encuentra extraído de una conceptualización académica o teórica, sino más bien, parte de la definición émica que se le ha dado en Colombia a este tipo de música, donde no se entiende como categoría sino más bien, como género. Se entiende música popular como el género musical ranchero y de despecho² gestado e interpretado en Colombia.

En ese sentido, los orígenes de la música popular en Colombia se encuentran situados en la ruralidad. El género surge como la evolución de la música guasca, la cual en Colombia se refiere a la música campesina o montañera antioqueña interpretada por campesinos y caficultores de la región³. No obstante, de la mano de procesos como la industrialización⁴ y la

¹ Con el fin de que el lector tenga la oportunidad de identificar de manera auditiva las transiciones y las etapas de los artistas descritas en la presente investigación, se anexa una lista de reproducción construida en orden cronológico (con algunas excepciones) que agrupa todas las canciones que se mencionan:

https://www.youtube.com/playlist?list=PL9PMJU5wW_fptJN7fQhCfb00twQgo02hc

² El despecho se refiere al sentimiento de mal de amores en Colombia, provocado por una decepción o ruptura amorosa. Cuando alguien está triste luego de romper con un amor se dice que está despechado.

³ La guasca nace de la combinación entre ritmos como la ranchera proveniente de México o los pasillos provenientes de Ecuador y las formas de interpretación de los campesinos antioqueños "Un conjunto de ritmos sureños y norteños pero hechos por campesinos antioqueños con su propio estilo" (González, 2012, p.82).

⁴ "El proceso de industrialización de Medellín en aquellos años tuvo notables repercusiones culturales. A comienzos de la década de 1950, esta ciudad se convierte en el centro indiscutible de la naciente industria fonográfica colombiana" (Bermúdez, 2006, p.87).

migración campesina a la ciudad en Medellín, la guasca comenzó a trasladarse a contextos urbanos y a gestarse como fenómeno inicialmente en Medellín y luego en diferentes regiones del país, principalmente en el Eje Cafetero.

La música Guasca comenzó a tener renombre en los años 60 de la mano de artistas locales como Las Hermanitas Calle o el Duetto Revelación. Sin embargo, González (2012) afirma:

En la década de 1990 la Música Guasca fue teniendo algunos cambios en su estructura musical, se fueron añadiendo otros instrumentos como las trompetas y el protagonismo de la guitarra que caracteriza a la Música Guasca se fue diluyendo. Esta evolución dio lugar a lo que para finales del siglo XX y lo que va del siglo XXI se ha conocido como "Música Popular" o del despecho (p.83).

Este autor identifica dicho cambio con artistas como Darío Gómez, Luis Alberto Posada y El Charrito Negro, quienes en sus inicios (década del 70) cantaron Música Guasca y terminaron (Década del 90 a la actualidad) cantando Música Popular.

Desde la década de 1970, Darío Gómez comenzó a consolidar el género de música popular en el país; al ser pionero en el género con su estilo musical, fue quien dio paso a la formación de la primera "escuela" de artistas de este género. Gómez, por medio de éxitos como *Ángel perdido* (1977) y *Nadie es eterno en el mundo* (1989) dio visibilidad al género y se posicionó como el "rey" del despecho en Colombia. Seguido del éxito de Gómez, la primera escuela la conforman artistas como El Charrito Negro, Luis Alberto Posada y Jhonny Rivera (Gonzalez, 2012, p.98). Con los antecedentes –el público y los espacios conquistados- de la primera, surge una segunda escuela la cual se caracteriza por contar con figuras jóvenes e innovadoras -musical y estéticamente- tales como Pipe Bueno, Yeison Jiménez y Jessi Uribe.

En la actualidad y, de la mano de la segunda escuela de artistas, la música popular se ha convertido en un fenómeno en términos de difusión, éxito en ventas y surgimiento e internacionalización de artistas. En otras palabras, la música popular colombiana está viviendo un momento de auge en el país. Dicho auge se hace manifiesto en la cobertura nacional e internacional que logran los artistas populares en sus conciertos, en el surgimiento de canales de difusión especializados en el género⁵, las cuantiosas reproducciones que logran estos artistas en plataformas digitales y la creciente y amplia cantidad de seguidores con que cuentan en redes sociales.

La historia de la escena o del *campo* -en términos Bourdesianos- del género popular colombiano está fuertemente ligada no solo a procesos sociales como la migración del campo a la ciudad o la internacionalización de productos culturales locales sino también a individuos. De este modo, partimos del supuesto que los individuos que hacen parte de este género musical, viven y aprovechan la coyuntura que les tocó vivir, y, en tanto se transforman como artistas, también transforman el género. Estos artistas, por medio de su música, así como de sus trayectorias en el género y su contacto con el público, logran construir y conformar el campo de la música popular colombiana. En ese sentido, retomando la trayectoria de artistas representativos tanto de la *vieja* como de la *nueva* escuela de la música popular, la presente

⁵ Como La emisora "La Kalle" y los canales de televisión "Radiola TV" y "Cantinazo TV"

investigación busca resolver la pregunta de: **¿Cómo se moldea mutuamente la figura del artista y sus trayectorias con el campo de la música popular en Colombia?**

Teniendo esta pregunta en mente, la contribución de este trabajo de investigación va por dos caminos: En primer lugar, si bien la literatura que aborda el estudio de la música popular en el país señala a los artistas y cantantes como parte fundamental a la hora de hablar del género, no se detiene a profundidad sobre los mismos. Es decir, a pesar de reconocer la importancia de los artistas, las investigaciones disponibles hacen énfasis en aspectos como: el rol de la música popular dentro de la industria cultural, la inserción de un nuevo género en el país o los elementos estéticos y de clase presentes en las letras de las canciones de despecho.

En ese sentido, se propone que existe la necesidad de explorar el género de la música popular colombiana desde la perspectiva de los individuos que la hacen y la conforman, así como de las relaciones que los mismos establecen con la escena del género. En otras palabras, se busca entender la música popular como fenómeno, haciendo hincapié en las trayectorias de vida de los artistas. Lo anterior, a partir del análisis desde una perspectiva teórica del proceso de construcción mutua que existe entre las trayectorias de vida de tres de los artistas más representativos de la música popular colombiana y el campo artístico- musical que el género ha formado en el país.

En segundo lugar, el enfoque teórico de la presente investigación busca aportar una mirada sociológica desde la implementación de nociones y conceptos analíticos pertenecientes a ramas de la disciplina que poco se han implementado en el estudio de la música popular colombiana. Esto, teniendo en cuenta que la música popular ha sido abordada desde disciplinas como: la etnomusicología, las ciencias de la comunicación, la filosofía, el arte y la sociología, desde esta última, haciendo énfasis en temáticas de globalización y expansión capitalista.

Profundizando en el enfoque teórico, la investigación tomará como herramientas de análisis la teoría de los campos sociales de Pierre Bourdieu (1998) y la teoría de *los media* desarrollada por el sociólogo británico John Thompson (1998). Cabe aclarar que a pesar de tener como referente la definición de campo social desarrollada por Bourdieu y Wacquant (1998), el presente trabajo retoma el concepto de campo en los términos que propone Thompson (1998) quien concibe los campos como *campos de interacción* (p.29), cuya particularidad radica en el reconocimiento de los individuos que los conforman como agentes activos en la construcción del proyecto simbólico del "yo" propio, sin ignorar la existencia de un conjunto de circunstancias previamente establecidas que condicionan sus oportunidades e inclinaciones.

Desde Bourdieu y Wacquant (1998) se retoma el enfoque relacional propuesto por Bourdieu para entender el género de la música popular en términos de campos debido a que el autor no concibe el campo como algo ya formado, sino como una construcción, la cual se hace a partir de las luchas y tensiones creadas y vividas por los actores que manifiestan la motivación para pertenecer (en este punto se involucran las nociones de *illusio* y *capitales*⁶). En ese sentido, la música popular en Colombia puede ser interpretada como un campo que surgió producto de la

⁶ Bourdieu define cuatro tipos de capital: Social, cultural, económico y simbólico (Bourdieu y Wacquant, 1998).

incursión de diferentes actores que lograron configurar, reglamentar e impulsar la creación de un campo de música popular en el país.

Desde Thompson (1998), la noción de *campo de interacción* anclada al proceso de la formación del yo y, así mismo, a la relación fan-estrella, proveen elementos teóricos para el rastreo del proceso de formación del yo de los artistas y los fans que los siguen, además de permitir el análisis de la conexión de los artistas de música popular colombiana con su audiencia y sus clubes de fans a partir de la interacción de tipo casi-mediática por redes sociales. Dado que en la actualidad uno de los principales canales de comunicación entre estos artistas y sus fans son las historias de Instagram y sus publicaciones en esta misma red, se rastrea aquí la incidencia que estas interacciones tienen en el proceso de formación del yo de los fans, con los elementos de familiaridad e intimidad descritos por (Thompson, 1998, p.284) haciendo énfasis en Jessi Uribe quien es el representante de los artistas de la *nueva ola*.

Metodológicamente, se propone un enfoque biográfico por medio del cual se busca analizar las trayectorias de vida de Darío Gómez, Jhony Rivera y Jessi Uribe quienes son reconocidos como tres de los principales artistas de música popular en el país. Se aclara que el factor biográfico presente en la investigación representa solo un enfoque en el sentido que señalan Mendoza y Cornejo (2008) por lo cual no sugiere elaborar un análisis biográfico, en cambio, sugiere la construcción de las trayectorias de vida de los artistas a través de relatos biográficos.

Reconociendo el concepto de *ilusión biográfica* propuesto por (Bourdieu, 1997, pp. 74-83). El presente trabajo recoge la propuesta hecha por Pereira (2011) donde propone "Acceder a prácticas sociales ampliamente propagadas a través de la subjetividad particular de un individuo en una situación de rupturas estructurales" (p.115). Adaptando esta propuesta en la escritura de los relatos biográficos, se busca tomar lo que se considera problemático en la biografía —privilegiar la experiencia del individuo sobre el entendimiento de la estructura que lo rodea— como una virtud.

En cada capítulo se busca dar cuenta de las trayectorias de vida de los tres artistas seleccionados (Darío Gómez, Jhonny Rivera y Jessi Uribe) desde sus propias afirmaciones y las de personas cercanas a ellos, al género popular o a la industria musical. Estas trayectorias son abordadas en orden cronológico, comenzando con Darío Gómez y cerrando con Jessi Uribe, esto, con el fin de reconstruir la historia del campo desde sus inicios hasta su estado actual. En los tres capítulos se incluyen aspectos familiares, contextuales y profesionales relevantes para el análisis y la construcción de la misma trayectoria, haciendo énfasis en características y momentos determinantes de cada artista. Cada trayectoria se presenta en contraste, a partir de allí, se problematizan y se pone en juego la teoría propuesta a partir de los relatos biográficos. En ese sentido, las conclusiones que se presentan son el resultado del análisis y el contraste entre las tres trayectorias.

En el primer capítulo, se hace un breve recorrido por el contexto social antioqueño en la segunda mitad del siglo XX, el cual se enlaza con la migración de Darío Gómez a la ciudad y a la «ruralización» de la cultura urbana en Medellín. A su vez, se enlazan las nociones de campo, *habitus* y capitales al proceso de consolidación de Darío Gómez como artista y al rol

que Gómez tuvo en la escena musical antioqueña, específicamente con la creación del género de música de despecho colombiano.

En el segundo capítulo, se muestra la transición entre la música de despecho y la música popular a su vez que se perfila el campo emergente de la música popular. Esto, a partir de los conceptos de campo de interacción y *habitus* aplicados a la incidencia que la trayectoria de vida de Jhonny Rivera tuvo en la introducción de lo *popular* como bandera del género musical.

En el tercer capítulo se exploran las condiciones de la industria musical a principios del siglo XXI y se expone la transición que tuvo la música popular, que pasó de género a industria. Adicionalmente, se retoma la noción del *yo* propuesta por Thompson (1998) y el proceso de construcción que emprende el individuo, esto, a partir de la trayectoria artística de Jessi Uribe y de la relación fan- estrella que se establece entre Uribe y sus fans.

Primer capítulo

Darío Gómez – El rey del despecho colombiano

Por algo me llaman el rey del despecho

Yo nací para distraer el dolor.

Es que a mí me duele lo que hacen mal hecho

desde que un amor me pagó con traición.

(Canción El rey del despecho. -Autor: Darío Gómez)

Del campo a la ciudad

Su nombre completo es Darío de Jesús Gómez Zapata, oriundo de una vereda campesina perteneciente al municipio de San Jerónimo en Antioquia. Nació el 6 de febrero de 1951, desde los 7 años alternó el trabajo de campo con el estudio en una escuela rural hasta que llegó a quinto de primaria y abandonó el estudio formal. Desde muy joven (16 años) sintió la vocación artística, la cual lo llevó a grabar casetes cantando y entregarlos a disqueras en Medellín. A esa misma edad, asesinó accidentalmente a su papá en medio de un evento de violencia intrafamiliar. El asesinato a su padre significó para el joven una fuerte ruptura emocional debido a los conflictos familiares que el suceso provocó. Motivado por alejarse de su pueblo y por buscar un sustento, Darío migró a la ciudad de Medellín a sus 17 años.

Darío Gómez nace en la ruralidad antioqueña de los años 50, coincidiendo con el proceso de industrialización incipiente que tuvo como centro la ciudad de Medellín. Este proceso no solo propició la emigración rural a la ciudad por la necesidad de mano de obra en la industria, también tuvo fuertes repercusiones culturales. Lo anterior, teniendo en cuenta que con la migración las manifestaciones artísticas y musicales del campo lograron trasladarse a la ciudad y que a principios de los años 50, Medellín se convierte en el centro de la naciente industria fonográfica colombiana (Bermúdez, 2006).

En el año 1968 en medio de un proceso de industrialización paralelo a un -ya avanzado- proceso de «ruralización» de la cultura urbana en Medellín, Gómez migra del campo a la ciudad en busca de oportunidades laborales como muchos otros antioqueños rurales. Para este momento, el proceso de «ruralización» según Bermúdez (2006): "proporcionó una amplia base para la ampliación del mercado y popularización posterior de estos repertorios que tenían en un comienzo un público rural y que como Indicaba Restrepo Duque⁷, (quien entrega valiosos aportes sobre la industria fonográfica en Colombia) era la música de los recién llegados a la ciudad" (p.93). Además de lo anterior, la industria fonográfica en Medellín se fue expandiendo en los años 60 y 70, periodo en el cual según Bermúdez (2006) "se presenta tal vez el mayor auge de grabaciones de la música de parranda" (p. 93).

⁷ Referencia a la obra de Hernán Restrepo Duque (1927-1991).

Ya en Medellín, Darío trabajó simultáneamente en una empresa de papel y como independiente en su música. Darío nunca fue artista callejero o de bares antes de firmar su primer contrato, la música para él antes que una opción de vida fue una afición. En 1976 Gómez grabó su primer disco y en 1977 inició formalmente su carrera musical por medio de la firma Codiscos, sobre lo cual comentó:

El primer LP que yo grabé era música parrandera, música de doble sentido (...) esa música no la podía promocionar la radio porque era un doble sentido que en esa época no permitían los medios de comunicación. En Codiscos me dijeron, queremos una exclusividad con usted de dos años, entonces se las firmé y ¡listo! (Entrevista Se dice de mí, 10 de abril del 2018).

Luego de este disco, Darío fue nombrado en Codiscos como productor de la música parrandera y guasca, logrando así no solo cultivar una carrera como artista del género parrandero y guasca sino también dándole cierta experiencia con respecto a la industria musical.

La fase de tensión social y cultural producto de la introducción de la música campesina en la ciudad junto con el desarrollo de la industria fonográfica en el país-con énfasis en Medellín-, crearon un momento privilegiado para la producción y realización de música parrandera en Colombia en la década de los 70. Fue en esta década cuando Gómez logró tener éxito en la escena musical colombiana con sus primeras composiciones pertenecientes al género parrandero, es decir, lo anterior da cuenta de la forma en la que el destino del artista resulta influido de forma definitiva por la situación social en la que se encuentra frente al tiempo y al canon vigente en la escena en la que busca ingresar o tener éxito⁸.



Fotografía: cuenta de Instagram Darío Gómez @elreydeldespecho

Imagen 1. Darío Gómez a sus 30 años - 1981.

⁸ Haciendo referencia al concepto de canon expuesto por (Elias, 2002) en el caso de Mozart

Darío como agente y la escena musical Antioqueña como campo (gestando la historia de un campo)

En cuanto a la entrada de Darío Gómez en la escena musical antioqueña, es visible que el respaldo de Codiscos hacia la obra de Gómez, le permitió al artista ingresar y a su vez adquirir una posición dentro de la misma, posición desde la cual tuvo la oportunidad de conocer desde adentro el funcionamiento de la industria musical y de adquirir habilidades que posteriormente le permitieron experimentar y fusionar la música parrandera con otras temáticas y melodías hasta llegar a gestar la denominada música de despecho o popular. En otras palabras, la gesta del género popular no solo dependió de la innovación en términos musicales y temáticos que Gómez realizó, también dependió de la legitimación o el aval por parte de la industria musical.

Teniendo en mente la relación condicionante entre el individuo y su contexto, es posible referirse a la escena musical antioqueña-específicamente la referente a música parrandera y Guasca- como un *campo de interacción*, lo cual, en términos de John Thompson se refiere al conjunto de circunstancias que permean las acciones de los individuos. En palabras de Thompson (1998) "En este cometido [llevar a cabo diferentes objetivos y propósitos] siempre actúan [los individuos] dentro de un conjunto de circunstancias previamente establecidas, y que ofrecen a los individuos diferentes inclinaciones y oportunidades. Estas circunstancias pueden concebirse como *campos de interacción*" (p.28).

Ahondando en la noción de campo y anclándola a la inmersión de Gómez en la escena musical antioqueña, vale la pena aclarar que, afirmar que el destino artístico de Gómez estuvo condicionado por su situación social, no busca despojar a Gómez de su constitución como agente. Por el contrario, si se habla en términos de campos es necesario introducir la noción de agente social propuesta por Pierre Bourdieu. Hablar de agentes sociales implica entender a los individuos como agentes activos y actuantes en el campo, como poseedores de características específicas que les permiten ser eficientes en él y, por tanto, producir efectos en él (Bourdieu y Wacquant, 1998, p.71). En otras palabras, Darío ingresó y logró una posición de poder en el campo a partir de la posesión de *capital*, capital (es) que orientaron su posición dentro del mismo.

Respecto al capital, Bourdieu en Bourdieu y Wacquant (1998) señala que "Existen cartas válidas y eficientes en todos los campos –Se trata de las especies fundamentales del capital-, pero su valor relativo como triunfos varía según los campos" (p.65). Lo anterior trayendo a colación la metáfora del "juego" -o espacio de juego- que el autor utiliza para referirse a los campos. A partir de esta metáfora, Bourdieu introduce y explica la conceptualización del capital y los campos, afirmando que los conceptos de campo y capital son interdependientes. Esto, teniendo en cuenta que es la posesión de capital la que determina las posiciones de los jugadores frente a sus contendores –de dominación o de dominado- y que son las relaciones de fuerza entre los jugadores las que definen la estructura del campo. Es decir: las fuerzas de los participantes dentro de un espacio dado determinan y son determinadas por la existencia del campo (Bourdieu y wacquant,1998).

También se refiere a la existencia de los *habitus* pertenecientes a cada jugador, los cuales están determinados tanto por su posición social como por su trayectoria, lo que hace que sean transformados por las experiencias del jugador al interior del juego⁹, aclarando que Bourdieu no concibe el *habitus* como un "destino" específico para el agente. En otras palabras, el autor define el *habitus* como un producto de la historia; teniendo en cuenta que la historia se construye continuamente por medio de nuevas experiencias, el *habitus* surge como un sistema abierto de disposiciones que es afectado por las experiencias nuevas.

Finalmente introduce la *illusio*, con la cual se refiere principalmente a las motivaciones o intereses de los agentes para ingresar y permanecer en el campo. Bourdieu señala que los intereses de los agentes son producto del funcionamiento de campos históricamente delimitados, por lo cual existe una forma específica de interés, es decir, de *illusio*.

En términos de capital, Darío pudo lograr el ingreso y la notabilidad en el campo a través de la posesión de habilidades para componer música parrandera, la cual se caracterizaba por sus ritmos y letras asociadas a la ruralidad antioqueña, ruralidad en la que Darío nació y de la cual pudo aprender en su infancia y adolescencia. Pertenecer al contexto rural y conocer sus dinámicas no solo configuró una parte del *habitus* de Gómez, también le permitió adquirir conocimientos y habilidades que en el campo artístico se vieron traducidas en una forma valiosa y eficiente de capital cultural incorporado.

Cuando Gómez empezó a trabajar en la industria musical y a vivir de ello, con la motivación - o la *illusio*- de surgir como artista y de escalar de posición en Codiscos, empezó a adoptar estrategias de difusión, por ejemplo, en 1979 acuñó una estrategia para que su música fuera popular, el director de Codiscos Fernando López menciona " Se iba de pueblo en pueblo a promover sus canciones y a vender sus discos, que en ese entonces eran discos de 45 revoluciones por minuto" (Se dice de mí, 10 de abril del 2018). Con el mismo fin, Darío afirma que también dejaba su música en bares:

Yo le decía al gerente del bar: mientras yo me tomo esta cervecita, tú me pones este disco para que me complazcas...y ¿quién lo canta? ese lo canto yo pero lo quiero oír aquí, entonces me tomaba la cerveza y después me hacía el olvidado del disco, yo lo dejaba ahí, con la intención de que lo siguieran sonando (Se dice de mí, 10 de abril del 2018).

Así mismo, vio la necesidad de empezar a forjarse como artista y de perfeccionar sus habilidades en la música con base en lo que iba aprendiendo en su trabajo, al respecto, Darío comenta "Me concentré más en mejorar mis composiciones y mi forma de cantar. También empecé a notar que a la gente le gustaba ese estilo de despecho y comencé a imponerlo en los años 80" (Entrevista El Espectador, 26 de mayo del 2016). El desarrollo de estrategias y la autoconciencia como artista en el caso de Darío, hace evidente la relación de condicionamiento y conocimiento entre *habitus* y campo mencionada por Pierre Bourdieu, en donde el campo estructura el *habitus*, en la medida en que es producto de la incorporación de la necesidad

⁹ Bourdieu en Bourdieu y Wacquant (1998) define el *habitus* como "Un sistema socialmente constituido de disposiciones estructuradas y estructurantes, adquirido mediante la práctica y siempre orientado hacia funciones prácticas" (p.83)

inmanente del campo (o de un conjunto de campos) y a su vez, el *habitus* contribuye a constituir el campo como mundo significativo, dotado de sentido y de valía, donde vale la pena desplegar las propias energías (Bourdieu y Wacquant, 1998).

Es decir, Darío hizo conciencia entre las disposiciones propias y su posición en el juego, lo cual, sin proponérselo como objetivo explícito, lo condujo a desenvolverse de la forma esperada en el campo al que acababa de ingresar. Darío entró como compositor empírico y sin ningún conocimiento previo de la industria musical pero a partir de su experiencia en el campo y con la motivación de poder adoptar la música como profesión, comenzó a pensar en clave con la industria, lo que le permitió idear estrategias y estudiar posibles tendencias en el público que él conocía.

Para finalizar este apartado, es necesario aclarar que para este momento, se reconoce como campo la escena musical antioqueña, no el género de música popular. Sin embargo, se busca dar cuenta de las relaciones entre los agentes de un campo y del componente de lucha que uno de estos agentes introdujo¹⁰. Luchas que transformaron algunos aspectos del campo de la escena musical antioqueña y que a su vez empezaron a constituir la historia del género de la música popular, es decir, comenzaron a configurar los inicios de un campo.

Una discografía de vivencias

Cuando tenía 26 años, Darío se separó de su primera esposa, al respecto menciona que dicha ruptura lo impulsó a incluir temáticas de despecho en sus canciones "inicialmente componía canciones parranderas paisas y [luego] mi primera esposa me dejó, entonces empecé a componer canciones tristes, porque así me sentía, después grabé esas letras y me di cuenta de que gustaban mucho y decidí seguir por ese camino" (El Espectador, 26 de mayo del 2016). Al poco tiempo de esta separación, en 1978 Gómez perdió a Rosangela, su hermana mayor y quien era como una madre para él. Inspirado en su hermana compuso *Ángel perdido* (1978) canción con la que comenzó a impulsar su carrera y a presentarse en vivo.

Sus primeras presentaciones no fueron del todo exitosas puesto que solo contaba con dos canciones propias y tuvo que valerse de éxitos de otros artistas de la época para llevar sus presentaciones a cabo. Respecto a sus primeras composiciones, el artista comenta:

Recuerdo bien que había escrito unas canciones de despecho, la canción de mi mamá y *Ángel perdido*, una zamba que le compuse a mi hermana Rosa Ángela cuando murió. Teniendo todo esto decidí hablar con el gerente de Codiscos, le dije que quería hacerle una muestra, la escuchó, le gustó y ahí comenzó todo (El Espectador, 26 de mayo del 2016).

A lo largo de su carrera su única inspiración no fue su hermana o su ex esposa, entre sus composiciones más reconocidas se encuentran *Mi Pastorita* y *Sobreviviré* (1996)¹¹, las cuales le compuso a su segunda esposa Olga, *Daniela* (2004) la cual escribió con motivo de la

¹⁰En términos del ascenso en la escena musical; la innovación y transformación de y entre estilos musicales que realizó el artista para posicionarse y posicionar el género popular o de despecho en el país.

¹¹ Versión y adaptación en español de "I will survive" original de Gloria G

muerte de su hija Luz por una bala perdida y *Nadie es Eterno* (1989) la cual fue inspirada en el cementerio de San Jerónimo y en la muerte de un amigo del artista.

Las letras de las canciones de Darío Gómez relatan sus vivencias y buscan generar un sentimiento de identificación en su público, en palabras del cantautor "desde mi juventud analizo lo que sucede y lo que veo y por eso mis canciones tienen una historia y un contenido real que muestra que a unos les pasa lo mismo que a los otros" (Entrevista Caracol Radio, 18 de mayo 2016). Sin embargo, lo central en las canciones del artista no es únicamente la letra, también el estilo musical que Darío fue desarrollando. Al hacer un recorrido cronológico por sus mayores éxitos, es notable que el artista comenzó como cantautor de música guasca y parrandera, pero fue enfatizando e incluyendo otros instrumentos como la trompeta y el acordeón hasta gestar un nuevo género musical, conocido inicialmente como música de despecho y actualmente como música popular¹².

Gómez comenzó a acercarse a su público por medio de sus conciertos, pero también a través de sus canciones que sonaban en la radio y de las entrevistas que le realizaban por radio y televisión. Por esto, Darío reconoce la importancia que tuvieron y han tenido los medios de comunicación en su carrera diciendo "Ustedes los medios de comunicación lo llevan a uno a donde quieran, [por eso digo que] no soy famoso, soy reconocido" (El Espectador, 26 de mayo del 2016). Si bien el público de Darío lograba mantener un tipo de interacción "cara a cara"¹³ con él en sus conciertos, la mayor parte del tiempo, su interacción con el artista era de tipo mediática, o como la nombra Thompson (1998) una "casi - interacción mediática" (p.123).

En términos de Thompson, las canciones y las entrevistas del artista constituían para su público un tipo de material simbólico mediático, material que con el desarrollo de *los media* entra a acentuar y enriquecer la organización reflexiva del yo. Es decir, el yo se organiza como proyecto reflexivo en tanto los individuos tienen acceso a formas mediáticas de comunicación y son capaces de incorporar estos materiales simbólicos mediáticos dentro de una narrativa biográfica coherente y en continua revisión, lo cual también significa un continuo proceso autónomo de formación del yo (Thompson, 1998).

La incorporación de estos materiales simbólicos mediáticos en el yo del público o los fanáticos de Darío Gómez fue motivada por el sentimiento de identificación. Con las vivencias hechas canción, la forma de expresar el despecho de Gómez, la personalidad del artista (la cual el público tenía la oportunidad de conocer en mayor medida por las interacciones del artista en medios) y más hacía finales de siglo, con los videoclips musicales. A partir del sentimiento de identificación y de la casi- interacción mediática con Gómez, su público aumentó y pudo establecer una relación de familiaridad no recíproca con el artista, relación que para los más fanáticos llegó a adquirir un profundo significado en su vida y en su proceso de formación del yo. Respecto al sentir de su público en torno a su obra, el artista señala:

¹² Mutación de música de despecho en los 90 a música popular

¹³ Teniendo en cuenta la salvedad que hace Thompson (1998) "en un concierto la no reciprocidad de la relación se presenta generalmente sostenida; un concierto es una ocasión que permite a los fans establecer relaciones de intimidad no recíproca con otros distantes cuya lejanía ha sido temporalmente suspendida" (p.288)

Hace unos 20 años me pasaba mucho, que había gente que me decía: A mí no me gusta la música de despecho, pero la suya sí, y ese ha sido también un aporte mío a la música, poder atraer nuevos públicos (Entrevista Diario EL País, 14 de mayo del 2016).



Fotografía: cuenta de Instagram Darío Gómez @elreydeldespecho

Imagen 2. Darío cantando en un evento familiar -1985.

El "Papá de los pollitos"

Darío Gómez comenzó escribiendo música parrandera pero nunca fue un artista de un solo género, de hecho, sus dos primeras canciones exitosas *Luz de mi vida* y *Ángel perdido* fueron compuestas por él como zambas¹⁴. En sus primeros discos¹⁵ y en la lista de artistas cuyas canciones versionaba en sus primeras presentaciones en vivo, es visible la diversidad de referentes musicales -en temáticas y géneros- que el artista tuvo al inicio de su carrera. En esta lista, el artista menciona artistas como el Caballero Gaucho, el grupo Los Cuyos e incluso el tanguero Carlos Gardel.

Si bien Darío Gómez solo existía como artista en torno al campo de la escena musical antioqueña y tenía gran éxito en la misma, el artista desde el principio estaba buscando innovar por medio de la mezcla de géneros musicales –reconocidos en el país como populares- que conocía bien debido al contacto que tuvo con ellos en su infancia y adolescencia rural y su posterior experiencia como productor en Codiscos. Esta constante tendencia a innovar hizo que se distinguiera de otros cantantes pertenecientes a la escena. Además, por medio de la mezcla y modernización de géneros populares, el conocimiento de su público y la incursión de

¹⁴ Género musical latinoamericano caracterizado por sus letras nostálgicas y el protagonismo de los instrumentos de cuerdas en su musicalidad.

¹⁵ Por ejemplo, el disco *La novia del Chofer* (1977) donde se encuentran canciones clasificadas en géneros como porro, parranda y paseo.

temáticas de despecho en sus canciones, Darío Gómez consiguió no solo *hacer época*¹⁶ en la escena musical, sino crear un estilo musical tan característico y exitoso que irrumpió y comenzó a ser replicado por otros artistas locales. Fue tal el éxito de este estilo musical que se convirtió en un género musical, el cual el mismo bautizó en la década del 80 como "música de despecho".

Carlos Montoya Flórez periodista de Radio Paisa menciona que:

Darío Gómez comenzó a componer música popular que en aquel tiempo -en los años 70 y 80- era música de rincón, muy de vereda, muy de barrio y empezó a componer música popular y empezó a darle como esa altura, como algo diferente, un toque diferente a los artistas que en ese momento eran de moda (Se Dice De Mí, 10 de abril del 2018).

El género de despecho se distingue por sus letras melancólicas y el reemplazo del protagonismo de los instrumentos de cuerda -que tenían géneros como la guasca o el bolero-, por el de trompetas y violines¹⁷. Respecto a la creación del género y a la apertura de públicos al mismo, Jhonny Rivera, colega de Gómez señala:

Darío Gómez fue adelante con un machetico y nos abrió el camino a todos ¿Qué hizo él? cogió la música que normalmente se conocía como música popular en ese entonces, que era música de cuerda, era música de cantina. Darío Gómez le puso acordeón, trompetas, violines, a algunas batería y nació un género acá en Colombia que se llama música popular...o así le decimos, o de despecho porque no encontramos otro nombre para decirle a este género. Entonces, la música popular es lo que se inventó Darío Gómez para llegarle a la llaga de los que están despechados, para los que están sufriendo un mal de amor (Entrevista Extroversia Colombia, 4 de marzo del 2015).

Con el éxito de la música de despecho producido por Darío Gómez, el artista salió de Codiscos y en 1984 fundó su propio sello discográfico Discos Dago dedicada a apoyar y producir discos -principalmente- de artistas nacientes en el género musical del despecho. Desde Discos Dago, Darío produjo *Ahora 14 éxitos con Darío Gómez - Así se le canta al despecho* (1986) o *Nuestro ídolo* (1989). Estos discos tienen la particularidad de describir el género musical al cual pertenecen las canciones contenidas, géneros desde los cuales tradicionalmente se aborda el despecho como son el bolero, la ranchera o el corrido. Esto último da cuenta de la transición¹⁸ temática y musical que Darío hizo desde sus primeros discos con Codiscos (en donde el despecho no era protagonista en géneros como el porro, la parranda o el paseo) hasta los discos que produjo con Discos Dago donde por medio de géneros como el corrido, la ranchera y el bolero, el despecho comenzó a convertirse en su marca.

¹⁶Esta noción es introducida por Pierre Bourdieu en la caracterización que hace del campo artístico y se refiere a producir el tiempo, es decir, hacer existir una nueva posición más allá de lo establecido, ser vanguardista en cuanto a la producción de innovación, la introducción de la diferencia y el desafío a lo anterior.

¹⁷ Instrumentos de fuerte presencia en la ranchera y el corrido norteño, géneros musicales mexicanos que el artista adaptó en álbumes y discos como *Pensando en ella* producido en 1984.

¹⁸ Esta transición puede escucharse en las primeras 10 canciones de la lista de reproducción adjunta. Desde El Gato de Celina (1977) hasta Nadie es Eterno en el Mundo (1989)



Fotografía: Historia de Instagram Solo Música popular @solomusicapopular

Imagen 3. Disco Darío Gómez y los Legendarios (cada canción con su género musical) – 36 éxitos (s.f).

En ese sentido, es posible afirmar que Darío Gómez comenzó experimentando con una amplia variedad de géneros y temáticas, variedad que fue limitándose y perfilando musical y temáticamente conforme fue adquiriendo experiencia en la escena musical antioqueña y nacional. Esta experiencia le dio herramientas para identificar qué géneros y temáticas tenían más éxito en su público y a partir de allí, ir mezclando y construyendo un estilo musical propio que logró distinguirlo de otros artistas. Darío mencionó al respecto:

Es bueno aclarar que cuando comencé en 1976, mi estilo era único al tomar ritmos muy reconocidos y modernizarlos, sin que dejaran de ser populares o de despecho, lo cual al final terminó generando una tendencia, porque dentro de la música popular, muchos artistas llevan mucho más tiempo que yo. Fue una puerta para que se generaran muchas cosas, que no fue fácil, se tardó cierto tiempo, pero que hoy en día este género está listo para llegar a grandes públicos en el exterior (Diario el País, 14 de mayo del 2016).

En términos bourdieusianos, el rumbo que tomaron las composiciones de Gómez y la creación del género musical del despecho, dependieron de la trayectoria construida por Gómez como artista y como productor. Durante esta trayectoria, la relación del agente con la estructura objetiva de posibilidades presentes en la escena contribuyó a conformar y transformar el *habitus* de Darío Gómez, puesto que lo llevaron a forjar y resaltar características particulares para desempeñarse de manera exitosa como artista y empresario de la música.

Como artista, Darío Gómez comenzó a desarrollar una estética distintiva portando trajes elegantes o smokings de colores neutros como el blanco o el negro¹⁹, desde su vestimenta y el porte que el artista le imprimía a la misma, buscaba proyectar elegancia y respeto. Además, El cuidado en su vestimenta refleja la autopercepción y auto proyección de Darío no solo como un artista sino también como una persona famosa. En clave con la autoconsciencia de su fama y de la relación de dependencia que esta tiene con el vínculo que construya con sus consumidores y sus fanáticos, Gómez tuvo que desempeñarse y caracterizarse como una persona carismática, que se relaciona de manera efectiva y cercana con su público.

La adquisición de fama y reconocimiento de Gómez puede ser interpretada en términos bourdieusianos como el reflejo de la transformación del volumen y la estructura de los diferentes tipos de capitales acumulados por el artista. En sus primeros años en Codiscos, a través de la venta de sus discos y de su sueldo como productor, Gómez adquirió el capital económico suficiente para poder vivir de la música y pulirse como artista. A partir de la experiencia con el público y de las conexiones que estableció con dirigentes de emisoras y disqueras en su trabajo, logró acumular el capital social suficiente para moverse en la escena musical y concretar su propio proyecto discográfico. Mediante la acumulación de los dos anteriores tipos de capital, fue moldeando un tipo de capital cultural incorporado cuya acumulación es evidente en la transición de su habitus como artista y en los conocimientos y habilidades adquiridas en su ejercicio en la industria.

La fama y el reconocimiento producto de estos capitales es nombrado por Bourdieu como *capital simbólico*. Este es el capital más valioso y eficiente para un agente al interior de un campo puesto que le permite a su poseedor actuar en calidad de autoridad. Una forma del artista de validar esta posición y de lograr que el público lo reconociera como el creador de un género musical fue transformar el despecho en su marca. Dicha transformación se dio por medio de la difusión y la acogida de su trabajo musical, pero también de su continua interacción con locutores y programadores de radio, quienes comenzaron a referirse a él como "el que le canta al despecho" y finalmente como "El rey del despecho".

El desarrollo del despecho como marca, hizo que desde la década del 80 en Colombia se reconozca a Darío Gómez bajo el título de El rey del despecho. Respecto a su relación con el despecho, Darío señala "Modestia aparte, lo generó Darío Gómez [el despecho], cuando demostramos que el despecho no es uno solo, que tiene mil caras y por eso no aburre, cuando es bien trabajado y está sostenido por buenas canciones" (Diario el País, 14 de mayo del 2016).

Darío logró legitimarse y consolidarse como el rey a partir de su amplia y exitosa trayectoria musical, dentro de la cual se destaca el sencillo *Nadie es eterno* (1989) al cual se refiere Fernando López, presidente de Codiscos:

Ese tema [*Nadie es eterno*] fue el que lo catapultó a él al éxito indiscutiblemente, la historia de Darío es una historia muy bonita, una historia de vivencias, de dificultades, de su familia, de su vida personal y eso lo lleva a él a hacer esta canción (Se dice de mí, 10 de abril del 2018).

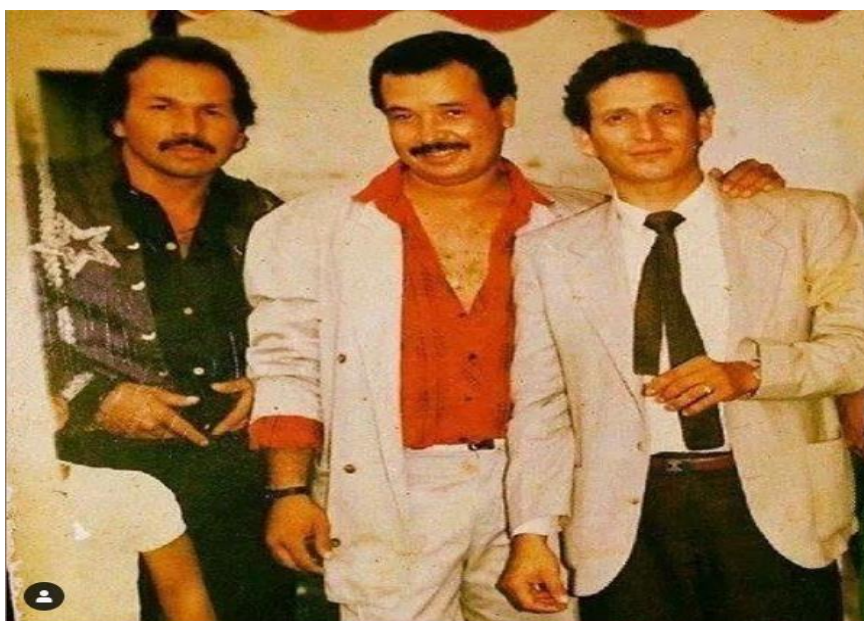
¹⁹ Afirma tener más de 70 trajes para sus presentaciones (Página web Olímpica Stéreo, 8 de febrero del 2019).

Esta canción fue un éxito entre diversos públicos en el país, incluso entre narcotraficantes, paramilitares y guerrilleros de la época quienes eran abiertos fanáticos del artista, al respecto Gómez menciona:

Yo fui el niño consentido de Pacho Herrera varios años(...) fue uno de los señores más respetuosos conmigo, le decía a toda su gente, me tienen que proteger mucho a Darío y segundo, me lo tienen que mantener como el número uno (Se dice de mí, 10 de abril del 2018).

El éxito de esta canción no solo consagró a Gómez como artista dentro de la escena musical colombiana, también fue el primer paso para que el género del despecho comenzara a gestar una historia propia y pasara de ser reconocido y replicado únicamente en un ámbito local a ser reconocido a nivel nacional. Es decir, no solo el artista se trasladó del campo a la ciudad, con él, la música del campo también llegó y se transformó en torno a la ciudad.

A pesar de que Darío es el artista más notable en la primera etapa de la música popular (por lo cual es reconocido como el rey), no estuvo solo en la escena. Contemporáneos a él aparecen artistas como El Charrito Negro y Luis Alberto Posada²⁰, quienes junto a Darío conforman la primera escuela de la música popular en el país. En la escena se les reconoce como "Los padres del despecho" puesto que a partir de su trabajo y trayectoria comenzaron a forjar la historia del género del despecho y abrieron la puerta para que otros artistas pudieran surgir y alcanzar fama cantando música popular. En palabras de Darío "Ya nosotros hicimos un camino que no fue fácil, al lograr que la música popular y de despecho sea nacional, no sólo de una región del país. Ahora, a ellos les toca mantenerla, fortalecerla y poder internacionalizarla" (El País, 14 de mayo del 2016).



Fotografía: cuenta de Instagram Darío Gómez @elreydeldespecho

Imagen 4. Los "padres del despecho" en su juventud. Charrito Negro, Luis Alberto Posada y Darío Gómez (s.f).

²⁰ Canción 13 a la 16 en la lista de reproducción. Desde Te arranqué de mi pecho hasta Quererte fue un error.

Darío logró llevar su música a más de 70 países en el mundo y continúa componiendo canciones, presentándose en concierto y grabando canciones en conjunto, con el fin de impulsar nuevos artistas en la escena. Actualmente continúa al mando de su disquera y en una faceta de empresario que alterna con la continuidad de su carrera musical.

Segundo capítulo

Jhonny Rivera – El hombre de pueblo

Yo soy de pueblo, campesino a mucho honor
y nunca niego mis raíces, no señor
y aunque hoy en día, la vida me cambió
sé de dónde vengo y sé para dónde voy.

(Canción: Soy De Pueblo, - Autor: Jhonny Rivera)

Los orígenes y la historia personal

Su nombre es Jhon Jairo Rivera Valencia, conocido como Jhonny Rivera en el género musical popular. Nació el 23 de febrero de 1974 en el corregimiento de Arabia perteneciente al municipio de Pereira. Su madre era maestra en la vereda y su padre se desempeñaba como trabajador en su propia finca, por lo cual la infancia de Jhonny transcurrió entre la escuela y las labores del campo.

A pesar de sentir un fuerte arraigo a la vida de campesino, a los 16 años viajó a Bogotá con sus primos residentes en la ciudad en busca de oportunidades de trabajo. En Bogotá se desempeñó como mensajero, vendedor de madera, empleado de carpintería y como propietario de un taller de carpintería. Durante una temporada, Jhonny trabajó y estudió con el fin de ser profesional, no obstante, cuando estaba en quinto semestre de ingeniería civil y tenía 19 años, su novia Luz Galeano quedó embarazada; por esto Jhonny tuvo que abandonar sus estudios. Con el dinero reunido como empleado de carpintería, montó su propio taller y se dedicó de lleno al taller y a su hijo.²¹ (Entrevista Se Dice de Mí, 10 de abril del 2018)

Pocos años después de que naciera su hijo, Luz decide terminar su relación con Jhonny. Debido a la depresión que esto supuso para Rivera, su taller quebró y adquirió deudas que le fueron imposibles de pagar, por lo que se vio obligado a huir a Pereira. En Pereira vendió lo que le quedó del taller y se desempeñó como vendedor ambulante. En busca de dinero extra y motivado por uno de sus ídolos de la música de despecho colombiana, en el año 2001 Jhonny decidió comenzar a trabajar cantando en bares o billares donde recibieran su tarjeta y le pagaran por cantar temas de Darío Gómez y El Charrito Negro. (Entrevista Marlon Becerra, 15 de agosto del 2013)

²¹ Andrés Rivera, conocido como Andy Rivera en la escena de la música urbana colombiana.

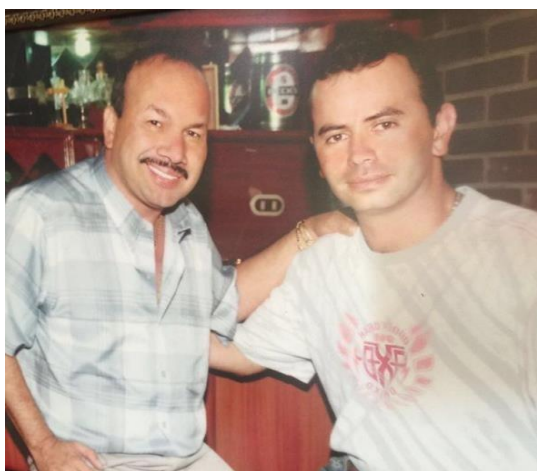


Fotografía: Cuenta de Instagram Jhonny Rivera @Jhonnyrivera

Imagen 5. Primera tarjeta de Jhonny Rivera (s.f).

Para este momento, Darío Gómez y el Charrito Negro ya eran reconocidos dentro de la escena musical nacional como pioneros de la música de despecho o popular. Es decir, a partir de su trayectoria habían logrado posicionar a la música popular y de despecho como un género reconocido y exitoso en el país. Por medio de este posicionamiento, abrieron la puerta para que otros artistas pudieran incursionar en el género y tener relativo éxito. Respecto al papel que tuvo la música y el apoyo del Charrito Negro en la orientación y los inicios de la carrera musical de Jhonny, él menciona:

Al charrito negro le debo mi carrera porque de él fue que canté la primera canción, lo seguía mucho y me sabía todas sus canciones, además, él me regaló de su mano todas las pistas de sus canciones con las que yo me empecé a ganar la vida (Entrevista Bravissimo, 14 de noviembre del 2018).



Fotografía: Cuenta de Instagram Jhonny Rivera @Jhonnyrivera

Imagen 6. Jhonny Rivera al inicio de su carrera musical junto al Charrito Negro (s.f).

Este mismo año, su exnovia decidió migrar a España, llevándose consigo a su hijo. La tristeza que afrontó Jhonny al separarse de su hijo junto con algunas anécdotas que había tenido con

clientes en los bares donde cantaba²², lo llevaron a escribir su primera canción llamada *El dolor de una partida*. Es decir, si bien la canción se refiere a una vivencia particular, Jhonny desde su composición la escribió pensando en el público que la iba a escuchar.

El ingreso en la escena musical

Al escribir *El dolor de una partida*, Rivera la llevo a un estudio de grabación con la intención de ser el compositor de una canción grabada por su ídolo y referente musical, Darío Gómez. Jhonny mencionó que: "Esa canción yo quería que la grabara Darío Gómez porque pues yo pensar en grabar, no (...) eso estaba muy lejos de mi vida, yo nunca pensé grabar" (Se Dice De Mí, 10 de abril del 2018). Jhonny no tenía ninguna experiencia en la industria musical y tampoco tenía intención de convertirse en un artista, por lo cual se acercó a un productor sin tener en cuenta el género musical. Respecto a este primer acercamiento, el productor Diego Pareja menciona:

[Jhonny] Fue un personaje que llegó con una letra copiadita, yo estaba en mi estudio haciendo la música que yo hacía que era roksito, hip hop y luego él con las ganas de hacer música popular y yo no había hecho esa música en ese entonces (Se Dice De Mí, 10 de abril del 2018).

Debido a la configuración en la trayectoria de vida de Jhonny de un *habitus* que encarnaba el contexto social vivido por un hombre de extracción campesina y trabajadora, no solo se explica el gusto por la música popular o de despecho y la disposición a expresar su dolor o sus vivencias personales en una canción escrita para pertenecer al género popular. La noción de *habitus* también explica lo razonable en la acción de escribir música popular y de creer en la posibilidad de poder tener éxito en el género²³ es decir, si bien Jhonny tenía expectativas subjetivas respecto al futuro que podría tener un hombre como él en la música popular, estas expectativas se encontraban ajustadas a las oportunidades objetivas interiorizadas en él. Sobre lo cual el propio Rivera señaló: "Mis sueños se han superado un 200 por ciento, yo soñaba cantar con Luisito Muñoz, mi sueño era conocer a Darío Gómez, pero nunca pensé que fuera a cantar con Vicente Fernández, con Romeo, con Marc Anthony" (Se Dice De Mí, 10 de abril del 2018).

El obstáculo o la desventaja de Jhonny al querer incursionar en la escena e industria musical era el desconocimiento que tenía de la misma, desconocimiento que le hubiera dificultado no solo grabar su canción sino iniciar una carrera musical. Por esto, la guía y ayuda de una persona con experiencia en la industria (El productor musical) fue fundamental para que Rivera lograra

²² Jhonny menciona "Un señor me pagaba por cantar la canción Dolor de Patria de Darío Gómez, él me pagaba porque su esposa estaba lejos y la extrañaba, entonces yo también quise componer algo que este hombre pudiera dedicarle a su mujer" (Entrevista Marlon Becerra, 2013).

²³ Bourdieu afirma que "Solo la noción de habitus puede explicar el hecho de que, sin ser propiamente racionales, los agentes sociales sean "razonables", no sean insensatos, no cometan locuras: Ellos son mucho menos extravagantes o ingenuos de lo que tendemos espontáneamente a creer, precisamente porque han interiorizado, al término de un prolongado y complejo proceso de condicionamientos, las oportunidades objetivas que les son ofrecidas y saben identificar el porvenir que les corresponde, que está hecho para ellos y para el cual ellos están hechos" (Bourdieu y Wacquant, 1998, p. 88).

grabar la canción que compuso, adquiriendo conocimientos básicos sobre el proceso de grabación y el funcionamiento de la industria musical. En relación a lo cual expresó que:

Yo estaba perdido, yo no sabía cómo funcionaba el mercado musical, Diego [el productor] me enseñó todo el proceso que implica grabar una canción, tuve que regatear los músicos que me cobraran más baratos, sin saber que de eso iba a vivir (Entrevista Marlon Becerra, 15 de agosto del 2013).

El productor le recomendó que buscara músicos del género popular que lo asesoraran en los arreglos, Jhonny consiguió los músicos y emprendió el proceso de grabación siguiendo las instrucciones de Pareja. Al hablar del proceso de grabación Jhonny recordaba que: "Le meto el sentimiento y estaba yo ahí [en la cabina de grabación] solo metido y llega el man [Pareja] y me dice: hermano, yo escucho eso muy bueno, eso está con un sentimiento el berraco, dejemos eso así" (Entrevista Marlon Becerra, 15 de agosto del 2013). Por cuestiones económicas, Jhonny grabó la canción por partes y logró estrenarla en el 2004.

Jhonny personalmente promocionó el sencillo en algunos lugares sin mayor eco, por lo cual continuó trabajando como ayudante de construcción en su vereda. La canción no había logrado el éxito que Jhonny esperaba hasta que alguien llamó a pedirla en una emisora local de Santa Rosa en donde no tenían la canción, Jhonny escuchó el momento mientras trabajaba como albañil, viajó hasta la emisora y le entregó la grabación a la locutora, la cual lo presentó de la siguiente manera "Hace rato llamó una señora a pedir una canción, el dolor de una partida, yo no la tenía, me la acaba de traer el propio artista. Es que Jhonny Rivera es un artista que viene del campo, una persona humilde" (Se Dice De Mí, 10 de abril del 2018).

Si bien por medio de la autopromoción que hizo de su canción Jhonny logró ser escuchado por un público, la difusión masiva del material simbólico no hubiera sido posible sin la transmisión en un medio técnico (la radio), además de la acción de un agente social (la locutora). Es decir, retomando a Thompson (1998) y su análisis desde *los media*, fue el establecimiento de un tipo de *casi -interacción mediática*²⁴ (inicialmente entre la locutora y Rivera, luego entre la locutora y el conjunto de receptores potenciales y por último entre Rivera y los receptores potenciales) la que le permitió a Rivera darse a conocer a sí mismo y a su trabajo musical ante un público potencial.

Cabe aclarar que en la situación interactiva anteriormente descrita, no se dio únicamente una interacción *casi - mediática*, también tuvo lugar la interacción *cara cara* entre Jhonny y la locutora. En este tipo de interacción se suelen emplear no solo palabras, también "multiplicidad de señales simbólicas con el fin de transmitir e interpretar mensajes transmitidos por los otros (...) utilizadas para reducir la ambigüedad y redefinir su comprensión [la de los participantes] del mensaje" (Thompson, 1998, p.117).

²⁴Thompson (1998) define tres tipos de interacción: *interacción cara a cara*, *interacción mediática* y *casi-interacción mediática*. A esta última, Thompson (1998) se refiere como "el tipo de relaciones sociales establecidas por los medios de comunicación de masas (libros, periódicos, radio, televisión, etc.). Como las «interacciones mediáticas», esta tercera forma de interacción implica la disponibilidad extendida de información y contenido simbólico en el espacio y/o el tiempo; en otras palabras, la «casi-interacción mediática» está relacionada a través del espacio y el tiempo" (p. 117).

Este tipo de interacción permitió que la locutora pudiera constatar el origen campesino y trabajador que Jhonny se atribuía, e interpretar el *habitus* del cantante por medio de sus gestos, su acento, su aspecto e incluso su ropa²⁵. Esta interpretación e introducción de Jhonny al público por parte de la locutora, fue el primer paso no solo para el ingreso de Rivera en el campo emergente de la música popular, también del proceso de formación del yo²⁶ tanto en Jhonny como en su público. Quiénes lo escucharon, no solo se sintieron identificados únicamente con su canción, también con su origen e historia.

A partir de esa primera incursión en la radio, Rivera comenzó a ser reconocido como cantante y compositor en los pueblos de la zona cafetera colombiana.

" No es cantando, es transmitiendo lo que siento "

Según Bourdieu, cada campo tiene sus formas específicas de capital eficiente. Lo cual significa que existen –por ejemplo- habilidades, posesiones, conocimientos más o menos valiosos en los diferentes campos. Si bien en el campo artístico y musical facultades como la afinación o la formación musical se traducen en formas valiosas de capital cultural y otorgan posiciones privilegiadas a sus poseedores en el campo, en el caso del aún emergente campo de la música popular, el valor y el predominio de estas facultades pareció variar.

Rivera desde antes de grabar su primera canción era consciente que no poseía formación musical y que tampoco era afinado al cantar, por eso en sus planes no estaba grabar su canción. Sin embargo, al obtener la validación por parte del productor musical de sus habilidades como intérprete, Rivera decidió cantar y grabar su canción. Al respecto de lo cual Jhonny señala:

Yo aprendí que no es lo lírico ¡no! es el sentimiento, es más importante transmitir que cantar, yo soy muy desafinado y eso me critican horrible, pero mire que yo aún con mi falta de conocimiento he logrado mucho. Entonces no es cantando, es transmitiendo lo que siento (Entrevista Marlon Becerra, 15 de agosto del 2013).

Bourdieu señala que la lógica del campo da cuenta de las formas específicas de capital que son eficientes en el campo (Bourdieu y Wacquant, 1998), en ese sentido, comprender las variaciones entre las formas eficientes de capital en el campo emergente de la música popular respecto a las formas eficientes en el campo de la escena musical antioqueña, podría dar luces sobre las lógicas particulares que comenzaba a presentar el campo emergente de la música popular. En términos de capital, lo que llevó a Jhonny a acceder al campo fue el capital cultural incorporado (*habitus*) manifestado en su procedencia social campesina, en la habilidad de interpretación y en el conocimiento y la habilidad para analizar y plasmar en canciones además de sus vivencias personales, situaciones comunes para el sector popular y campesino de la población colombiana.

²⁵ Dado que Jhonny estaba trabajando cuando fue a la emisora, se presentó allí con su ropa de trabajo, o sea, de albañil.

²⁶ En torno a la incorporación de materiales simbólicos mediáticos dentro de su narrativa biográfica, como lo señala Thompson (1998).

Teniendo en cuenta la importancia que la afinación y la formación musical tienen en el campo de la música, Rivera ha recibido muchas críticas en torno a su voz y su estilo, en donde la interpretación predomina sobre el talento. Sin embargo, personajes de la escena musical como el locutor Hugo Orozco opinan que el éxito de Jhonny no radica en su talento o experticia musical, el locutor menciona "puede que no sea la mejor voz del mundo, porque hay muchos cantantes mejores que él en cuanto a voz, pero es que este señor tiene un ángel" (Se Dice De Mí, 10 de abril del 2018). Respecto a este "ángel", Jhonny menciona que la clave está no solo en el sentimiento con el que canta sus canciones, también en la actitud de humildad hacia el público.

Frente a las críticas Jhonny afirma " Que no canto ¿yo qué puedo pensar? ¡tienen razón! yo nunca nunca estudié nada de música, no me preparé para cantar" "Yo me paro en un escenario y veo que está lleno y digo si esto es sin cantar ¿qué tal que yo cantara?" (Se Dice De Mí, 10 de abril del 2018). El locutor Hugo Orozco complementa diciendo que: "Jhonny llegó con su estilo sencillo y con sus canciones, sin imitar a nadie (...) las letras de las canciones de Jhonny son canciones sencillas y son vivencias" (Se Dice De Mí, 10 de abril del 2018). Cuando Orozco se refiere a la característica vivencial de las canciones de Jhonny, es posible pensar que a partir del origen humilde y campesino del artista y de las historias que narra, su público se siente muy similar a él, lo que desemboca en una relación de identificación entre el público y el artista, en los términos que señala Thompson (1998).

Esta relación de identificación puede explicar el hecho de que en el caso particular de Jhonny, la habilidad de interpretación, la originalidad, la sencillez en las canciones y el carisma resultaran ser formas de capital eficientes dentro del campo emergente de la música popular y que representaran mayor valor respecto al conocimiento musical o la afinación que son y continúan siendo habilidades dominantes en el campo como se verá con la trayectoria de Jessi Uribe.



Fotografía: Cuenta de Instagram Jhonny Rivera @Jhonnyrivera

Imagen 7. Jhonny Rivera y su público en concierto-2018.

El artista del pueblo, la melodía del pueblo

Luego del éxito de su primera canción y del reconocimiento que Jhonny estaba logrando por parte de un público local, empezó a ser reconocido a nivel nacional con la canción *Empecemos de cero* (2007) que canta a dúo con la también artista de música popular Lady Yuliana. *Empecemos de Cero* fue elegida Mejor canción popular del año en los premios Nuestra Tierra del año 2007 y fue el punto de partida de otros éxitos en la carrera del artista en el género popular y tropical como *Soy soltero* (2008) y *Mejor solito* (2009). En palabras de Rivera "Empecemos de cero es la canción que prácticamente me volvió nacional, yo era muy regional, con empecemos de cero mi carrera se volvió nacional e internacional" (Se Dice De Mí, 10 de abril del 2018).

A partir del éxito nacional que comenzó a tener, Jhonny transitó de ser un cantante sin experiencia en la industria musical y sin un público delimitado, a ser un artista inmerso en las dinámicas de la industria, cuyo trabajo estaba empezando a acumular reconocimientos por parte de la industria además de una creciente fanaticada. Respecto a la fanaticada, Rivera siempre hace énfasis en lo importante que es el público para él y la motivación -o la *illusio*- que desde el principio significó para él el reconocimiento y las ovaciones del público, sobre lo cual comentó en alguna oportunidad: "La primera vez que me paré en un escenario, ni siquiera fue con mi música sino con la del Charrito Negro, sentir que una multitud me saludaba, sentirme aplaudido, yo sentí una pasión que es indescriptible" (Marlon Becerra, 15 de agosto del 2013). En esta afirmación es evidente la relación fan – estrella como la describe Thompson (1998) que comenzaba a tejerse entre Rivera y su público²⁷.

En términos de capital, Jhonny ingresó al campo de la escena musical antioqueña y al campo emergente de la música popular siendo poseedor de varios tipos de capital cultural incorporado en ambos campos. Sin embargo, este capital no habría sido de utilidad de no ser por la guía de personas con experiencia en el campo (productores y locutores), es decir, fue a partir del establecimiento de conexiones sociales significativas que Jhonny logra grabar su primer disco e ingresar en el campo establecido y en el campo emergente. En este punto, la música se convirtió para Jhonny en un medio para vivir y en una fuente de ingresos, es decir, de capital económico. Teniendo en cuenta las nuevas experiencias que Rivera comenzó a vivir a partir de su ingreso en los campos y de la posición privilegiada que comenzaba a ocupar en los mismos (Por medio de la posesión de diferentes capitales), el *habitus* de Jhonny se vio modificado en el de un artista, específicamente, el de un artista de música popular de la época.

Si bien el *habitus* de Jhonny Rivera se había visto afectado por nuevas experiencias en su nuevo rol de artista, el *habitus* inicial de Rivera (de hombre campesino y trabajador) no desapareció, se reconfiguró. Es decir, la personalidad y los elementos de hombre campesino y trabajador contenidos en el *habitus* de Rivera, configuraron un *habitus* particular de artista de música popular²⁸. Este *habitus*, logró que la noción de lo popular se incorporara y cobrara un sentido y un significado en el género anteriormente conocido como música de despecho. En resumen,

²⁷ Thompson (1998) menciona "En muchos casos, una parte importante de ser fan consiste en el cultivo de relaciones de familiaridad no recíprocas con los distantes otros" (p.287).

²⁸ Que no es fijo ni estático para todos los artistas que quieran incursionar en el género.

el *habitus* de Jhonny es producto de la historia del campo de la escena musical antioqueña²⁹, pero al mismo tiempo, a partir del *habitus* de Rivera, se contribuyó a la historia del género por medio de la atribución de un nuevo sentido dominante, el de lo *popular*.

El *habitus* del artista y las experiencias que lo forjaron son plasmadas en la letra de la canción *Soy de pueblo* (2017)³⁰ canción que Jhonny afirma es la canción de su vida y cuya letra es una oda al hombre del campo y al origen social trabajador y popular.

Yo saco pecho y digo alegre que soy del campo

No me da pena contarles que yo cogí café.

Lavé cocheras y fui jinete, volí azadón, pala y machete

(Portal web oficial de Jhonny Rivera)

En cuanto a las letras de sus canciones, Jhonny afirma que si bien su primera canción está inspirada en vivencias propias y en el despecho que sintió cuando se separó de su mujer y su hijo, las siguientes canciones que compuso no se refieren únicamente al despecho. Las letras y los personajes contenidos en las canciones son uno de los elementos distintivos del estilo musical de Jhonny. Como fuente de inspiración, Rivera ha retratado personajes con los que ha tenido la posibilidad de compartir en el curso de su trayectoria de vida y ha escrito sobre situaciones comunes en su contexto tanto rural como urbano.

Jhonny menciona:

Mi primer álbum está basado casi en todo lo que me pasó, en cosas que viví, en mi despecho que fue muy fuerte y ya después de ahí sí ya quise hacerle canción a todo, a la madre, a los solteros, a la navidad, ¡le he hecho canción a todo! al tímido, a los taxistas. He buscado siempre temáticas...hasta a los marranos³¹, a los que marranean y eso es muy del diario vivir y yo siempre hago canciones que están pasando (Entrevista Extroversia Colombia, 4 de marzo del 2015).

En ese sentido, el artista busca generar un sentimiento de identificación en su público no solo con la emocionalidad transmitida en las canciones de despecho, sino con el retrato de sí mismos que las personas encuentran en sus canciones.

La innovación y la internacionalización

Además de los personajes y las situaciones narradas en las canciones de Rivera, otra particularidad de su música han sido la movilidad musical que ha tenido el artista a lo largo de su carrera. Las primeras canciones del artista son musicalmente muy similares a las de algunos

²⁹ A su vez que de la historia hasta ese momento transcurrida del género de la música de despecho o popular.

³⁰ Una de sus canciones más exitosas y con la cual ganó su primer disco de platino.

³¹ En Colombia, se conoce como marrano a una persona de quien se busca obtener favores económicos a cambio de sostener o fingir una relación sentimental.

de sus predecesores y referentes en el género³². Sin embargo, conforme fue posicionándose en la escena musical nacional, Jhonny comenzó a explorar otros géneros y a fusionar la musicalidad de estos con la de la música popular colombiana.

Además del género popular, Rivera ha incursionado en el género tropical³³ y en la música parrandera con canciones como *Mejor Solito* (2009) y *El pegao* (2014). Con base en la experiencia que el artista tuvo en estos otros géneros, decidió comenzar a fusionar instrumentos propios de la música popular como la guitarra y la trompeta con nuevos instrumentos propios de otros géneros como la guitarra eléctrica y la batería. Este tipo de fusiones dieron pie a una serie de innovaciones en el género popular colombiano. El hijo del del artista, Andy Rivera ha señalado que "El género popular giraba en círculos todo el tiempo, la guitarra, el requinto, una que otra trompeta y llega mi papá con su locura y ¡no! metámosle una guitarra eléctrica, metámosle una batería y lo revolucionó" (Se Dice de Mí, 10 de abril del 2018).

Estas innovaciones, sumadas con su estilo musical y el carisma que mostraba en sus presentaciones fueron las que convirtieron a Jhonny en uno de los artistas más representativos del género. El artista consciente de su posición decidió adoptar una estrategia que si bien ya había sido utilizada por algunos de sus predecesores, no era muy común entre los artistas del género. Esta estrategia es la de las colaboraciones musicales: a veces con artistas principiantes en el género popular y a veces con artistas reconocidos en otros géneros.

Las colaboraciones con los artistas principiantes Rivera las hace con el fin de impulsar la carrera de estos artistas y de mantener y mantenerse vigente en el género, un ejemplo de estas colaboraciones es la canción *Siga bebiendo* (2017) que cantó a dúo con Yeison Jimenez³⁴ Respecto a estas colaboraciones Jhonny menciona:

Acabé de grabar con Yeison Jiménez que para mí va a ser histórica esta grabación(...) esa canción yo creo que a ambos nos va a servir mucho porque Yeison va a ser un artista grande, muy grande entonces yo creo que la canción va a ser simbólica en mi carrera (Auto documental Jhonny Rivera, 8 de marzo del 2017).

En el caso de las colaboraciones con artistas de otros géneros, Jhonny las hace con el fin de establecer redes entre géneros y de diversificar los públicos tanto de él como del otro artista. Ejemplos de estas colaboraciones son *Mi único tesoro* (2010) canción a dúo con el reggaetonero JBalvin y *Como Duele* (2017) Canción con Los Hermanos Medina quienes cantan música cumbia.

³² [A la pregunta ¿Cuáles son sus referentes musicales?] El artista contesta " Bueno el primero y el líder es Darío Gómez, después para mí está el charrito Negro y después Luis Alberto posada, en ese orden tengo yo mis ídolos" (Extroversia, 4 de marzo del 2015).

³³ En la musicalidad de este género, instrumentos como la guitarra eléctrica, el bajo y la batería son utilizados con frecuencia.

³⁴ Miembro de la actual generación de artistas de la música popular colombiana. Cuando grabó con Rivera estaba comenzando su carrera como cantante popular, actualmente es reconocido como uno de los artistas con más proyección en el género con múltiples éxitos como *Aventurero* (2018) y *Por Qué La Envidia* (2017)



Fotografía: Cuenta de Instagram Jhonny Rivera @Jhonnyrivera

Imagen 8. Reconocimiento como tendencia nacional a la canción *Tu Veneno* interpretada a dúo por Jhonny Rivera y Jessi Uribe -2019.

A lo largo de la trayectoria de Rivera, son notables las estrategias y el trabajo que el artista ha desplegado para posicionar el género popular en la escena nacional e internacional. Estrategias que han logrado empezar a internacionalizar la música popular con el público hispano residente en Estados Unidos y Europa. Muestra del inicio de este proceso de internacionalización de la música popular han sido los reconocimientos internacionales obtenidos por Rivera: El premio Verdadero Orgullo Hispano en Estados Unidos el reconocimiento por ser el número uno de la música popular en España y múltiples reportajes en la revista Billboard de habla hispana. (Portal web oficial de Jhonny Rivera)

Respecto a la intención de Rivera de internacionalizar el género y al pasado y el presente de este desde su perspectiva, señala:

Yo hace unos años quería lograr que la música popular fuera más internacional porque -ojalá no se molesten mis colegas-, los grandes de la música popular se conformaron con poco. Darío, El Charrito y Posada son los reyes de la música popular pero yo creo que ellos hicieron un trabajo y se relajaron un poco porque ya tenían un nombre hecho. Yo pensaba que yo como era un sucesor digámoslo así, yo podría -ya que me consideraba joven- lograr lo que ellos quizá no habían logrado [y] es que nuestra música fuera un género como el vallenato que ha logrado escalar muchos otros países (...) eso era mi gran sueño. Ahora que hay una nueva generación, una nueva ola: Pipe Bueno, Yeison Jiménez, Jhon Alex, Alzate. Yo pienso que eso ya es tarea de ellos, yo ya voy a hacer lo que hizo Darío, voy a relajarme con ese tema, que ellos lo internacionalicen y yo me les pego ahí de la cola (Auto documental Jhonny Rivera, 8 de marzo del 2017).

Actualmente, Rivera continúa desempeñándose como cantante y compositor de música popular presentándose en conciertos y sacando canciones nuevas de manera regular³⁵. Uno de los

³⁵ La última canción estrenada hasta el momento de escritura de este artículo fue *Bella* (2020)

medios que más usa para promocionar sus nuevos trabajos musicales e interactuar con sus fans es Instagram en donde cuenta con 1'800.000 seguidores y sube historias y publicaciones a diario, contándoles a sus seguidores sobre sus rutinas y sus giras.

Además de su profesión como artista, en los últimos años se ha desempeñado como empresario en el sector hotelero, de belleza masculina y educación.



Fotografía: Cuenta de Instagram Jhonny Rivera @Jhonnyrivera

Imagen 9. Flyer publicitario Tour Live Europa Jhonny Rivera - 2019.

Tercer Capítulo

Jessi Uribe - El galán de los medios

Y el corazón es que no puede parar de amar
Con este dulce pecado
Que me lleva al infierno y a la dicha
Y amarnos más, besar los labios sin parar
Lloramos borrachitos de pasión
Cuando hacemos el amor

(Canción: Dulce Pecado – Autores:: Rafael Mejía y Hugo Marín)

Música popular: de género a industria: El caso de Jessi Uribe el "galán de los medios"

A finales del siglo XX tuvo lugar el proceso de digitalización de la música y a su vez entró en escena la globalización³⁶. Ambos, significaron un impacto considerable en la industria musical y suscitaron momentos de transformación para la industria. Entre los efectos que estos procesos tuvieron, estuvo la expansión de la industria y la apertura de nuevos espacios mediáticos para la difusión de materiales simbólicos. No obstante, entre los efectos, Ochoa (2003) resalta:

Un cambio en la estructura internacional del trabajo cultural que se ha dado a través de diversos procesos de globalización, con las historias nacionales de las músicas locales, con las crisis económicas regionales, y con las políticas culturales locales o internacionales del patrimonio intangible y la diversidad (p.28).

Este cambio, junto a los procesos de globalización, formó la antesala para la consolidación de un mercado musical globalizado. En el marco de los procesos de globalización que tuvieron lugar en el siglo pasado, Ochoa (2003) señala que en las décadas de 1980 y 1990, la industria musical sufrió dos procesos que la transformaron radicalmente. Al respecto, la autora dice:

Por una parte, se transnacionalizó generando monopolios que controlan un alto porcentaje del mercado oficial de la música a través de grandes multinacionales (...) la idea de monopolio conlleva, además de una connotación de mercado, una concentración tecnológica que reúne lo audiovisual y lo informático.

Por otro lado, encontramos una serie de procesos de fragmentación en la industria musical. Durante los ochenta se multiplicó el número de compañías independientes de tamaño relativamente pequeño que se dedican a la producción y/o distribución de músicas locales de diferentes partes del mundo. Esto fue posible, en buena medida, por la disminución de costos en tecnología de grabación que produjo la invención de la digitalización a fines de la década del setenta. La estructura de estas independientes varía mucho de una a otra (p.18).

Ochoa describe las implicaciones de la transformación y a su vez hace la distinción entre las empresas "Majors" y las "Indies", distinción que resulta fundamental para entender las

³⁶ Este concepto se usa tomando como referencia la conceptualización y uso hecho por Ochoa (2003)

dinámicas de la industria musical a nivel local y global. De acuerdo con el Ministerio de Cultura y Bello (2003) "El mercado mundial de la industria fonográfica está conformado por grandes empresas productoras y editoras -las Majors-, que usualmente hacen parte de conglomerados del entretenimiento; industrias regionales -las Indies (independientes)- grandes y medianas, y pequeños productores o sellos independientes" (p.83).

Como se ha mencionado, la música de despecho se popularizó en las décadas de 1980 y 1990 aunque, fue en la primera década del presente siglo que comenzó a ser catalogada y reconocida en el país y en el mundo como música popular. Teniendo en cuenta que estos momentos coinciden con el comienzo de los procesos de globalización y las transformaciones en la industria y el mercado musical descritos por Ochoa, resulta acertado afirmar que de una u otra manera, el surgimiento y evolución del género popular estuvo atravesado por dichos procesos. Por esto, resulta interesante hacer un seguimiento de la trayectoria que siguió y ha seguido la música popular al interior de estas transformaciones, teniendo en mente el hecho de que cada género se relaciona de manera diferenciada con la industria de acuerdo con su propio proceso y ritmo de evolución.

En el caso del género popular, se observa que a inicios de siglo, la producción musical de los artistas exitosos continuaba estando a cargo de disqueras nacionales de tradición como Codicos o Discos Fuentes. Estas disqueras se clasifican como organizaciones intermedias al interior de la categoría de las "indies" puesto que contaban con una trayectoria y reconocimiento importante pero éste solo se concentra en Colombia. A partir del reconocimiento y cobertura nacional que tenían las producciones de los artistas que grababan con estas disqueras (como Darío Gómez o Jhonny Rivera), se comenzaron a sentar las primeras bases de un proceso de internacionalización del género. Este proceso no se dio por la distribución directa de estas producciones en mercados internacionales, sino por medio del público colombiano residente o migrante en otros países.

En este sentido, se observa que las Indie (ya sea medianas o pequeñas) han sido protagonistas en la producción y distribución de muchas de las producciones de música popular y que para el momento (inicios de siglo) el género no había sido trabajado por ninguna Major. Respecto a la cadena productiva fonográfica y al caso particular del género popular, Restrepo (2012) menciona:

Este sistema de trabajo musical no es lineal y menos de seguimiento organizado, pero sí resulta simultáneo; y en lo que respecta a la música popular, la cadena productiva tiene algunas divergencias con la teoría, diferencias que en muchos casos se han dado por la naturaleza propia del género, que ha partido siendo empírico y creativo³⁷ (p.10).

A inicios de siglo, la música popular tuvo un buen momento en el país con el éxito de Jhonny Rivera. Este buen momento sumado a las facilidades para grabar y producir música que se dieron con los avances tecnológicos y al surgimiento de compañías locales e independientes en la industria, generó la plataforma para el surgimiento masivo de nuevos cantantes de música popular en el país. Hernán Hernández productor de

³⁷ Para profundizar en las dinámicas de la cadena productiva a nivel nacional ver Ministerio de Cultura (2003) y en el caso de la cadena productiva fonográfica de la música popular ver Restrepo (2012).

discos Her Dar³⁸ afirma que una de las barreras que enfrentaban las personas que querían cantar música popular en el pasado era el elevado valor de grabación del LP (Restrepo, 2012).

Sin embargo, el surgimiento masivo de cantantes populares no se tradujo en éxito para el género. Por el contrario, el que muchas personas sin experiencia y talento intentaran ingresar al campo emergente, generó una crisis o un "bajón" en el proceso de constitución del campo. Este momento duró aproximadamente diez años y según Jhon Cano, mánager de Francy³⁹ esto se debió al llamado "fenómeno Jhonny Rivera":

El momento crítico por el que está pasando el género, se llegó a causa de lo que produjo el fenómeno Jhonny Rivera en la industria popular y por la historia de vida del cantante natural de Arabia (Risaralda), que sin ser el mejor de los cantantes, rápidamente llegó a la cumbre valiéndose además de su carisma (Restrepo, 2012, p.19).

Como ya se revisó, a partir de su historia de vida y de las innovaciones que realizó, Rivera popularizó el género y logró que el público asociara el género con lo *popular*. Sin embargo, si bien el carisma de Jhonny fue reconocido como una habilidad valiosa en el campo emergente, el talento no dejó de ser importante para triunfar en la escena. La transformación e inserción en la industria que atravesaban las músicas locales junto al surgimiento masivo de artistas, hicieron que para triunfar en la escena musical y específicamente en el campo emergente de la música popular, las habilidades musicales y de innovación fueran necesarias.

Retomando a Cano, llama la atención que se refiere a la música popular como género, pero también como industria. Esto responde a que con el éxito de la música popular y los procesos de globalización ya mencionados, a principios de esta década comienza a levantarse una industria especializada en la producción y la promoción de música popular. Empezar a pensar la música popular como industria implica pensar no solo la música como producto, también a los artistas como tal. Sin embargo, para ese momento dicha Industria estaba en proceso de construcción, por lo cual Restrepo (2012) menciona que existían algunas particularidades en la cadena productiva fonográfica de la música popular respecto al modelo estándar planteado por El Ministerio de Cultura y Bello (2003).

Volviendo sobre la crisis que tuvo el género en la primera parte de esta década, Cano insinúa que uno de los problemas con el *fenómeno Rivera* fue que hizo parecer fácil y accesible el éxito e ingreso al campo emergente. En palabras de Cano "pasó que mucha gente que no cantaba, que no tenía idea cómo se trabajaba la música popular llegaron a este sector tan delicado y se fue llenando el medio de producciones cuestionables" (Restrepo, 2012, p.19). Esta afirmación da cuenta de que si bien los avances tecnológicos y la reducción de costos en la grabación y producción musical condujeron a una especie de "democratización" de los medios técnicos, esta "democratización" no fue conveniente para la industria y tampoco generó avances en la constitución de la música popular como campo.

³⁸ Disquera risaraldense especializada en música popular y parrandera.

³⁹ Cantante femenina de música popular conocida como "la voz popular de América"

Es decir, en tanto la música popular va configurándose como campo y como industria, se van configurando las formas específicas de capital eficientes y así mismo las barreras de ingreso al campo. Se hacen evidentes las luchas y la competencia presente en el campo en los esfuerzos por excluir cantantes o producciones que no cumplan con los estándares de la industria. Al final, a pesar de llevar la bandera de la popularidad o de "la música del pueblo", el campo de la música popular desde que comenzó a constituirse como tal, se hizo exclusivo a partir de la institución de reglas y fronteras de entrada que no están abiertas para todo el mundo. De acuerdo con las palabras de Cano, el campo que se encuentra inmerso en las dinámicas de la industria musical global necesita que exista esta exclusividad para poder avanzar y funcionar.

Jessi Uribe: De mariachi en la ciudad a Artista en los realities

Yesid Eduardo Uribe Ordoñez cuyo nombre artístico es Jessi Uribe, nació en la ciudad de Bucaramanga en marzo de 1987. Es el hijo mayor de Vicky Ordoñez y Fernando Uribe. De acuerdo con el artista, su infancia estuvo marcada por la música: por un lado, su participación en coros de iglesias y, por otro lado, la influencia musical que recibió de su padre, quien es mariachi de oficio. Uribe comenta que creció escuchando música mexicana, rodeado de referentes musicales rancheros como Cornelio Reyna, Vicente Fernández y Joan Sebastian; en palabras de Jessi "Yo crecí en la música del pueblo" (Bravissimo, 1 de febrero del 2018).

A los 16 años, con la motivación de ayudar económicamente en su casa y siguiendo los pasos de su padre, Jessi comenzó a trabajar como mariachi y serenatero en las noches. Su padre le enseñó algunas habilidades propias del oficio y aspectos importantes para convertirse en un charro mexicano. En palabras de Uribe "Mi papá me explicaba todo, cómo moverme, la coquetería y la música" (Los Informantes, noviembre del 2019). Al principio, se dedicó únicamente a dar serenatas, pero conforme fue aprendiendo sobre el oficio y empezó a ser reconocido por su voz, comenzó a trabajar en discotecas.



Fotografía: Página oficial Jessi Uribe

Imagen 10. Jessi Uribe presentándose en el hotel Dann de Bucaramanga – 2014.

Si bien Jessi Uribe comenzó como músico nocturno, él afirma que su escuela artística estuvo en el ámbito musical televisivo, específicamente en el formato de los realities musicales. Como se ha observado a lo largo de la investigación, *los media* han jugado un papel fundamental en el surgimiento y éxito de los artistas. Sin embargo, el caso de Jessi resulta excepcional al lado de sus colegas puesto que su plataforma de éxito no fue la radio (como es usual entre los artistas de música popular) sino la televisión.

A sus 21 años, Uribe se presentó al reality "Latin American Idol" en donde fue seleccionado como uno de los mejores 20 cantantes del concurso. Jessi fue con una propuesta musical orientada a la balada y la ranchera, pero de acuerdo con el artista el "formato pop"⁴⁰ del concurso no le permitió avanzar. En palabras de Uribe: "El formato era muy gomelito y yo siempre he sido muy pueblo, muy popular" (Se Dice de mí, 23 de octubre del 2018). Aunque fue descalificado rápidamente, esta experiencia fue muy significativa para el artista puesto que no solo le dio una idea del nivel en el que estaba frente a otros intérpretes, también fue su primer contacto con la escena musical televisiva y su motivación para emprender el camino a ser un artista.

Después del reality, grabó su primera canción titulada *El corazón me manda* (2012) junto al Grupo norteño Dominio, tema con el que no tuvo mucho éxito. Respecto al poco éxito de la canción y hablando desde la experiencia que ha adquirido en la música. Uribe señala " en este cuento no solo se necesita talento, también plata y saber dónde ponerla" (Se dice de mí, 23 de octubre del 2018). La afirmación de Jessi da cuenta no solo de las barreras al ingreso presentes en la industria musical, también de la importancia que los capitales económico y cultural representan. El económico en términos de inversión y el cultural, en términos de conocimiento de las dinámicas de la industria.

A los 26 años, con la experiencia de "American Idol" y motivado por la participación y el éxito de artistas rancheros en ediciones anteriores de "La voz Colombia", decidió participar en la tercera edición del reality. Jessi venía trabajando con un grupo de música norteña romántica, por lo cual propuso un estilo ranchero/norteño tanto musical como estéticamente a lo largo del concurso. No resultó ganador⁴¹ sin embargo, adquirió visibilidad frente al público nacional y adquirió contactos en el medio televisivo y musical. De hecho, ingresó formalmente a la escena musical colombiana de la mano de Andrés Cepeda⁴² quien fue su entrenador en "La Voz" y lo apoyó económicamente en la grabación de su segundo sencillo *Te toca perder* (2014)⁴³.

El origen "televisivo" de Jessi da cuenta de la importancia que comienza a tener la participación de la televisión en la Industria musical además de la sinergia de medios existente en el ejercicio y avance de la industria. Entre otras razones, gracias a que como menciona Arcos (2008):

Lo que se ve y escucha en televisión, tiene más audiencia y por ende se vende más que lo que únicamente escucha en la radio, debido tal vez, a que interactúa la imagen del

⁴⁰ El concurso era de canto, por lo cual le pidieron interpretar canciones de todos los géneros

⁴¹ Llegó a ser semifinalista

⁴² Cantautor bogotano de amplio reconocimiento nacional e internacional en géneros musicales como la balada y el pop

⁴³ Cuyo género musical es más cercano al regional mexicano/norteño

artista lo cual ayuda a una identificación más próxima al público y mayor recordación. (p.119).

De acuerdo con Arcos (2008):

la televisión ha tenido un avance significativo en las dos últimas décadas del siglo pasado y comienzos del nuevo milenio, creando en el caso musical variedad de espacios especializados de música (...) así como también [el desarrollo de] canales completamente musicales en los que tiene lugar la música y que son masivamente conocidos gracias a la televisión (p. 23).

Debido a esta evolución que trajo consigo una presencia significativa de la música en televisión y el auge de formatos televisivos en el país como los realities musicales⁴⁴, Jessi Uribe tuvo la oportunidad de acceder de forma diferente a la industria musical colombiana. El que Jessi haya accedido a la escena musical mediado por un reality, plantea una diferencia transversal entre él y sus colegas; en el sentido en el que las acciones realizadas por Darío Gómez o Jhonny Rivera estuvieron orientadas a hacer de ellos artistas, en cambio, en el caso de Jessi, cuando él se presenta en repetidas ocasiones a realities es visible que su intención ya no es convertirse únicamente en artista, existe una decidida intención de convertirse en una estrella, en un ídolo.

El ídolo como producto

Como ya se mencionó, desde la primera década de este siglo el género popular estaba siendo pensado como industria y en ese sentido, el campo estaba comenzando a formarse y reforzarse a partir de artistas producidos por la misma industria como Pipe Bueno⁴⁵. No obstante, como mencionó Cano, a pesar del éxito de Bueno, la industria popular estaba pasando por una crisis que terminó en el 2015 con la llegada de la llamada Nueva Ola de la música popular de la que Jessi Uribe vino a hacer parte desde el 2017.

En 2015, año en el que la nueva ola de la música popular comienza a sentirse fuerte en el país y luego de su salida de "La Voz", Jessi lanza *Repítela* (2015). Esta fue la primera canción del artista que logró reconocimiento a nivel nacional y la cual le sirvió como plataforma para comenzar a ser reconocido en el país. Esta canción cuyo género musical es más cercano al popular colombiano con predominancia de guitarras tuvo amplia difusión y éxito en emisoras del oriente antioqueño, el artista comenta "yo sonaba por zona, sonaba en Antioquia y en el Eje cafetero, pero no más" (Se dice de mí, 23 de octubre del 20218). Antes de *Repítela*, Jessi se perfilaba como cantante de música norteña o romántica, pero en este género no logró ser reconocido.

⁴⁴Arcos (2008) define los realities como "formatos que la televisión se ha ingeniado para crear ídolos musicales, con la continua interacción del público" (p.119).

⁴⁵A sus 16 años asesorado por productores y expertos en la industria, produjo canciones como *Recostada en la cama* y *No voy a morir* que fueron éxitos de la música popular en el 2009 (canciones 28 y 29 en la lista de reproducción). Para ese momento, esas canciones representaron un cambio en la música popular. La imagen juvenil y urbana de Bueno y la combinación de trompetas y violines con sonidos más pop lograron llevar la música popular a difundirse entre un público más joven y urbano.

Desde el 2014, Uribe empieza a trabajar con su mánager Rafael Mejía⁴⁶. En el 2015, Mejía desde su conocimiento en la industria encaminó a Jessi en un género que estaba en auge en el país y con el cual tendría más opciones. Esto quiere decir que Uribe no entró al campo de la música popular por casualidad o porque este haya sido su sueño (como en el caso de Jhonny Rivera), Jessi entró guiado por un experto en la industria que identificó en el género popular una oportunidad para que su artista fuera reconocido y exitoso.

Después de *Repítela*, en el 2017 Uribe decidió aprovechar la experiencia adquirida en la industria y el éxito reciente de su canción para presentarse al reality "A otro nivel"⁴⁷. En su participación interpretó canciones de diversos géneros, sin embargo, desde el principio se identificó como un artista de música popular, audicionando con la canción "Sobreviviré" cuya versión popular es autoría de Darío Gómez. Jessi fue finalista de "A otro Nivel" y aunque no ganó, cuando el reality terminó, aprovechó el reconocimiento obtenido del público nacional para estrenar la canción *Dulce pecado* (2017).

Cuando Jessi menciona que su escuela fue el ámbito televisivo se refiere no solo a los aprendizajes que adquirió en torno al mundo del espectáculo y la industria musical. También se refiere a la influencia que tuvo su participación en realities en el inicio de un proceso de transformación a nivel personal y artístico, que lo llevó y lo ha llevado a construir e ir puliendo un estilo propio, cuyo fin es ser exitoso entre el público y ser funcional para industria. En palabras de Uribe:

Me presenté a La Voz Colombia. Ahí quedé entre los 10; desde ese programa yo dije: yo quiero ser artista, yo quiero que reconozcan más que como artista, lo que yo hago, cómo compongo, la forma en la que canto porque yo soy muy sentimental, yo soy más interprete que cantante (Entrevista Canal TRO, 16 de julio del 2019).



Fotografía: Instagram club de fans Jessi Uribe Bogotá -Cundinamarca @JessiUribeFCBogotá

Imagen 11. Jessi Uribe en la final del reality "A Otro Nivel" – 2017.

⁴⁶ Manager y empresario con amplia trayectoria en la industria musical en el país. CEO de Mano de Obra Music disquera donde graba Jessi

⁴⁷Para participar en este concurso se requería tener experiencia dentro de la escena musical además de tener música propia y alguna producción grabada

Como menciona Restrepo (2008) uno de los objetivos de los realities es crear ídolos con la continua interacción del público. La creación del ídolo comienza con el rol de emisor y productor de las formas simbólicas que adquiere el medio, en este caso, la televisión. Como señala Thompson (1998) "las formas simbólicas han estado produciéndose y reproduciéndose en una escala cada vez mayor; se han convertido en productos de consumo que pueden comprarse y venderse en el mercado" (p.25). Es decir, cuando la imagen de Jessi es proyectada al público en televisión como una forma simbólica, Jessi se convierte en un producto mediático que puede comprarse y venderse.

Para el 2017 Jessi estaba constituyéndose como artista y como producto de la industria musical popular con el acompañamiento y relacionamiento que le brindaban su mánager y la disquera que lo respaldaba⁴⁸. Sin embargo, el alcance de su música e imagen aún era limitado y el nombre de Jessi Uribe solo daba luces sobre otro artista de música popular entre los muchos que existían. Teniendo la ambición de ser reconocido más que como un artista y de ser un ídolo musical, Uribe se presenta en "A Otro Nivel" en donde a partir del formato de reality tuvo la oportunidad de continuar con el proceso de constitución como producto mediático: exponiendo su trabajo, puliendo su estilo conforme a las exigencias de la industria y adquiriendo reconocimiento por el público nacional más desde su imagen que desde su música. En cuanto al público, el formato le permitió no solo mostrarse, también establecer interacciones de tipo casi- interacción mediática (Thompson,1998) a partir de su imagen y su historia de vida.

Respecto al reality como plataforma para consolidarse como producto mediático y estrategia para impulsar su carrera musical de artista de música popular, Jessi menciona:

Obvio sale el programa y le da un impulso muy importante a mi imagen pero nosotros teníamos guardado Dulce Pecado, teníamos guardadas muchas canciones que salieron en todo el año después del programa. Llegué a la final, "Sobreviviré", mi estilo, la imagen y [luego] sale Dulce Pecado ¡Eso arrasó con todo! (Los Informantes, noviembre de 2019).

En el 2017/2018, el campo de la música popular estaba en su mejor momento con el éxito y la música de varios de los artistas de la nueva ola como Yeison Jiménez y Paola Jara. De este buen momento da cuenta Fernán Mahecha, experto consultado por El Espectador:

Es un fenómeno creciente. Una feliz pandemia. Los jóvenes están enganchados. Ya no es la música de las cantinas solamente. Hay varias estaciones de radio moliendo música popular. Y las redes sociales están repletas de esa música con guitarras y acordeón. Desamor con letras crudas y pegajosas (El Espectador, 15 de septiembre del 2018).

La fórmula de Jessi aplicada a este "boom" de la música popular, lo condujo a ser el artista revelación en el campo de la música popular y a comenzar a ser un representante notable del género, es decir, a ser poseedor de capital simbólico y con la posesión de este, adquiere una posición privilegiada dentro del campo. Respecto al éxito que *Dulce Pecado* representó para

⁴⁸ En este acompañamiento y relacionamiento es visible la presencia del capital social, cultural y económico

Jessi y para la música popular como campo, Catherine Calixto, directora de la emisora más influyente dentro de este género, La Kalle, menciona "Es la canción que no solamente le dio un respiro a la música popular sino que lanzó a Jessi al estrellato y lo hizo ver como un ranchero popular que ya lo impone en el mercado " (Se Dice de mí, 23 de octubre del 2018).

En el programa Los Informantes de Caracol TV mencionan que "Dulce Pecado es la canción popular que más ha sonado, que más han reproducido y que más tiempo ha ocupado los primeros lugares en las emisoras del país" (Los Informantes, noviembre de 2019). Respecto al proceso de construcción de *Dulce Pecado*, Jessi menciona "la intención con Dulce Pecado era que sonara antigua lo cual fue un riesgo teniendo en cuenta los otros instrumentos que hubieran podido introducir" (Bravissimo, 1 de febrero del 2018). También menciona que estuvo inspirada en sus épocas de serenatero y que buscó imprimir su estilo "interpretativo" más, que el impuesto por el canon de la música popular..

Al respecto Jessi señala " Yo escuché esa canción primero y me pareció que sonaba como muy campesinito...entonces con el mánager que es la cabeza de todo la escuchamos y dijimos, no, pero hagámole, metámole nuestro estilo y bueno sí, nos fuimos por el lado de la coquetería" (Los Informantes, noviembre de 2019). El que Jessi utilice el adjetivo "campesinito" de forma despectiva da cuenta de su intención por desprender su música y estilo de la asociación común entre música popular y ruralidad, sin dejar de identificar su música como popular. Jessi hace evidente la existencia de una pugna en el campo: Esta lucha tiene lugar entre los artistas del campo que dan continuidad a un estilo musical ligado a la ruralidad, aún con la noción de la música popular como "La música del pueblo" y quienes con el ánimo de conquistar públicos más jóvenes y urbanos están transformando la música popular en torno a sus propios estilos y a las tendencias musicales más globales.

En ese sentido, Jessi Uribe como producto mediático y como artista de música popular comienza a escribir una nueva página en la historia del campo. A partir de *Dulce Pecado* (2017) y otras canciones como *Matemos las ganas* (2016) o *Alguien me gusta* (2019) ⁴⁹que fueron éxitos nacionales e internacionales, comienza a transformar la forma de hacer música popular, a introducir elementos más "pop" a partir de sus letras y videos ⁵⁰y a imponer un estilo dominante entre los artistas del género. Un estilo que no solo se refiere a la coquetería o galantería que dice introducir en su música, sino a la forma de relacionarse con *los media* y de vender y difundir la música popular.

A pesar de las luchas que existen al interior del campo, los artistas que participan de él siempre se han mostrado como un grupo muy unido, ligado por el compañerismo asociado con el origen humilde de muchos de ellos, siendo claro que todos persiguen el interés de hacer cada vez más conocida y masiva la música popular. Así como los pioneros impulsaron a muchos de los nuevos artistas por medio de colaboraciones musicales, los nuevos también impulsan a sus compañeros a partir de su éxito. Esto se hace evidente en las declaraciones de El Charrito Negro

⁴⁹Canción que canta junto a Jhonny Rivera y su hijo Andy y que fue compuesta originalmente como canción de música urbana. La canción combina sonidos de música popular con una letra pegajosa y un marcado aire urbano. Canción de cierre en la lista de reproducción

⁵⁰ Que se centran en historias de amor y pasión y dejan de lado los relatos del campo y la referencia a una clase social popular.

respecto a Jessi "Ese muchacho suena en todo lado y para nosotros es un orgullo grande porque nos ayudan a que la música popular esté arriba" (Se dice de mí, 23 de octubre del 2018). De hecho, teniendo en cuenta su trayectoria en realities y el éxito musical y mediático de Jessi, fue elegido en el 2019 jurado del reality "Yo me llamo" en el cual representó el campo de la música popular, juzgando a los participantes que iban imitando a algún artista popular, presentándose de forma ocasional e invitando a muchos de sus colegas (de la nueva y la vieja escuela) a cantar en las galas de este reality.

Esta unión, a pesar del conflicto que existe dentro de un campo es explicada por Bourdieu como una colusión entre los agentes constituyentes de un campo, en palabras del autor:

Si no surgen entre ellos antagonismos, a veces feroces, es porque otorgan al juego y a las apuestas una creencia, un reconocimiento que no se pone en tela de juicio (los jugadores aceptan, por el hecho de participar en el juego, y no por "contrato". Que dicho juego es digno de ser jugado, que vale la pena), y esta colusión forma la base de su competición y conflictos (Bourdieu y Wacquant, 1998, p. 65).

En consecuencia, la unión entre los artistas del campo surge como una entre muchas de las estrategias para impulsar y consolidar el campo de la música popular y no implica que no haya personas excluidas del campo ni que no existan las luchas en su interior. Respecto al estado actual del campo y a las estrategias que ha adoptado para expandirse Jessi señala "Es un género muy fuerte porque todos los artistas hemos estado unidos en los últimos años. He estado con Alberto Posada y otros colegas en 40 presentaciones por todo el país. También nos hemos acercado a otros géneros musicales" (Periódico El País, 25 de Julio del 2019).



Fotografía: Instagram Jhonny Rivera @jhonnyrivera

Imagen 12. Flyer publicitario de la gira de música popular "Tour 40 años -Posada y sus amigos" -2019.

Las redes sociales y el yo como proyecto simbólico

Como se ha expuesto a lo largo de la investigación, desde las experiencias y los capitales adquiridos en la industria y la participación en realities, el *habitus* de Jessi ha venido estructurándose, transformándose e incluso produciéndose en torno al campo de la música popular, campo en el que ha estado en constante interacción con las circunstancias establecidas. El proceso de constitución de Jessi como producto mediático ha transformado su *habitus* y también ha nutrido su proceso de formación del yo de materiales simbólicos mediáticos, de esa manera es posible observar el yo como proyecto simbólico.

Thompson (1998) menciona que una de las herencias más desafortunadas de la tradición estructuralista ha sido ver el yo en gran medida como producto o constructo de los sistemas simbólicos que le preceden. Con lo anterior, Thompson no busca desconocer la importancia

que los sistemas simbólicos dominantes tienen y han tenido en las acciones y movimientos de los individuos. Sin embargo, su explicación del yo sí se aleja fundamentalmente de las aproximaciones hechas por el estructuralismo, acercándose más a la tradición hermenéutica e interaccionista simbólica.

Al no desconocer la herencia estructuralista e integrar la hermenéutica, Thompson (1998) explica el yo "No tanto como producto de un sistema simbólico externo, ni tampoco como entidad fija a la que el individuo pueda asirse inmediata y directamente" (p. 273). Es decir, encuentra una postura intermedia, en la que si bien el yo no deja de estar sujeto a las estructuras simbólicas dominantes, surge como proyecto simbólico autónomo.

En ese sentido, Thompson (1998) afirma que el yo:

Se trata de un proyecto que el individuo construye a partir de materiales simbólicos que encuentra disponibles, materiales con los que el individuo teje una explicación coherente de quién es él o ella, una narrativa de la propia identidad (...) una narrativa que para la mayoría de las personas cambiará a lo largo del tiempo en la medida en que utilicen nuevos materiales simbólicos, tengan nuevas experiencias y gradualmente redefinan su identidad en el curso de su vida (p.273).

Aunque Thompson resalta la autonomía que tiene el individuo al tejer una narrativa propia de la identidad, también se refiere a la desigualdad en la que los materiales simbólicos que forman los elementos de la identidad que construye el individuo se distribuyen. En otras palabras, a pesar de que el individuo es autónomo en su construcción del yo a partir de materiales simbólicos, es importante tener en cuenta que existen recursos simbólicos que unos pueden poseer y otros no.

El desarrollo de *los media* ha jugado un papel fundamental en las últimas transformaciones de la industria musical, así como en la transformación y consolidación del campo de la música popular. En ese sentido, muchos de los artistas de música popular se han valido ya no solo de la radio y la televisión para potenciar y medir su éxito y alcance sino también de las redes sociales. Al respecto, El Espectador menciona:

La nueva era musical mide el éxito por vistos en redes sociales o en canales de Youtube. Esto les ha proporcionado a los artistas de la música popular una plataforma sólida para su desarrollo. Así les ha pasado a Pipe Bueno, Paola Jara, Jessi Uribe, Alzate y Francy, entre otros (El espectador, 14 de septiembre del 2018).

Los intereses de muchos artistas y del equipo que los respalda ya no están tan enfocados en vender discos sino en poner a sonar hits que les den clicks y descargas en redes sociales. Sin embargo, las redes sociales no solo se configuran como un medio para monetizar la música a partir de ellas, también se configuran como el medio a partir del cual los artistas tienen la posibilidad de interactuar con su público y a partir del cual los agentes autogestionan su historia de vida y su imagen con el fin de generar un relato como artistas.

Además del papel que el desarrollo de *los media* ha jugado en la industria musical y en el campo de la música popular, de acuerdo a Thompson, este desarrollo también tiene un papel determinante en el proceso de formación del yo y en el surgimiento de nuevas formas de intimidad. En palabras de Thompson (1998) "El desarrollo de *los media* no sólo enriquece y transforma el proceso de formación del yo; también da lugar a un nuevo tipo de intimidad que antes no existía" (p.270). Es decir, las redes sociales funcionan como fuentes de materiales simbólicos mediáticos para la organización reflexiva del proyecto del yo y a su vez como medios de materialización del proceso de construcción del yo en el sentido en el que permiten que los individuos proyecten su yo hacia otras personas. Es a partir de las redes sociales que los artistas construyen una identidad como artistas y además construyen y cuentan un relato de sí mismos, que está en continua revisión por parte del individuo y que éstos consideran coherente con ellos mismos y con los intereses y expectativas del público al cual quieren llegar.

La relación fan-estrella

Como los tres artistas lo han mencionado a lo largo de la investigación, el público y los fanáticos son una parte fundamental de su carrera y su éxito. Por esto, resulta interesante detenerse sobre el establecimiento de interacciones casi-mediáticas que los fans tienen con la estrella y la manera en la que *los media* (en este caso las redes sociales) dan pie a una forma de intimidad y familiaridad no recíproca a distancia tomando como ejemplo la relación fan/ estrella como la describe Thompson (1998).



Fotografía: Historia publicada por Jessi Uribe @jessiuribe3

Imagen 13. Historia de Jessi Uribe agradeciendo el apoyo de sus fans en la votación de una encuesta promovida por la emisora "La Kalle"- 2020.

Como ya se mencionó, para Jessi como artista, las redes sociales aparecen más como una herramienta de consolidación como producto mediático y de autogestión de su historia de vida, que como fuente de material simbólico para sí, es decir, si bien el artista es tanto emisor como receptor de los materiales simbólicos, en la relación que establece con sus fans, su rol principal es el de emisor, una fuente de materiales simbólicos.

En el caso de los fanáticos, por medio de las interacciones casi- mediáticas que tienen con su artista en redes sociales ⁵¹ y del cultivo de relaciones de familiaridad no recíproca con el artista como producto mediático, el producto llega a constituirse como preocupación central del yo. Es decir, los fans aparecen como receptores de los materiales simbólicos mediáticos producidos por la estrella y estos materiales pueden convertirse en un recurso que los individuos aprovechan e incorporan reflexivamente a sus proyectos de formación del yo. En palabras de Thompson (1998):

El proceso de convertirse en fan puede ser entendido como una estrategia del yo, esto es, como una manera de desarrollar el proyecto del yo a través de la incorporación reflexiva de formas simbólicas asociadas con la admiración de las estrellas del espectáculo (p.288).

⁵¹ Jessi constantemente sube historias a Instagram a las cuales es posible reaccionar o responder, realiza ‘en vivo’ a los que sus fanáticos pueden unirse y hacer preguntas en tiempo real y sube publicaciones a su perfil en las cuales muchas veces responde los comentarios

Jessi Uribe actualmente maneja cuentas en redes sociales como Facebook, Instagram y Youtube. Sin embargo, por la cual más interactúa y sube contenido es Instagram⁵² en donde el artista cuenta con 4'200.000 seguidores⁵³. Además de los seguidores en su cuenta, existen perfiles que agrupan los clubes de fans de Uribe por regiones. Este es el caso de cuentas como @JessiUribeFCBogotá o @jessiuribecasanare. Estas cuentas están dedicadas únicamente a repostear el contenido publicado por el artista y a agrupar en la cuenta a los fanáticos del artista que deseen pertenecer al club de fans. La existencia de estas cuentas muestra la importancia que las formas de comunicación mediática tienen en la consolidación de la comunidad de fans, comunidad en la que los individuos pueden sentirse profundamente implicados a nivel personal y emocional (Thompson, 1998, p. 290).



Fotografía: Instagram Club de fans Jessi Uribe del Casanare @jessiuribecasanare

Imagen 14. Publicación del club de fans manifestando su apoyo incondicional a Jessi Uribe -2020.

La accesibilidad bajo formas mediáticas de los artistas para sus fans y la continua interacción de tipo casi-mediática en redes sociales entre estrellas de música popular y sus fans es una de las diferencias entre los tres artistas que se han expuesto a lo largo de la investigación. En este punto, es importante tener en cuenta el tipo de público en el cual cada uno de ellos tuvo impacto y su proceso de consolidación, en el caso de Darío Gómez y Jhonny Rivera como artistas y en el caso de Jessi Uribe como producto mediático.

⁵² Las observaciones hechas en redes sociales son producto del seguimiento de las cuentas de Instagram de Jessi, Jhonny y Darío desde enero del 2018

⁵³ Al mes de agosto de 2020

El público de Darío Gómez y Jhonny Rivera se concentra mayoritariamente en personas adultas, quienes, si bien establecieron y continúan estableciendo interacciones de tipo casi-mediática con sus artistas, su admiración no necesariamente implica el cultivo intensivo de relaciones no recíprocas de familiaridad ni la organización en clubes para expresar su admiración. En ese sentido, la actividad en redes de estos dos artistas y el uso de estas como medio principal de proyección, venta y de autogestión, es menor a la de Jessi y otros artistas de la nueva ola de la música popular. Es importante aclarar que el hecho de que su actividad sea menor no quiere decir que no exista, especialmente en el caso de Jhonny Rivera, quien es muy activo en Instagram y cuenta con su página de club de fans @familiariverista. Darío no tiene una página de club de fans oficial en Instagram y tampoco es tan activo, pero cuenta con 323.000 seguidores.

Consideraciones finales

Luego del recorrido por las trayectorias de los tres artistas, es posible afirmar la existencia de una relación de reciprocidad entre la historia del campo, la cual se ha venido construyendo a partir de las trayectorias de vida de los agentes que lo conforman y el proceso de constitución como artistas o productos mediáticos que se logra desde la entrada o pertenencia al campo de la música popular. En ese sentido, los artistas en el campo solo existen como tal por la existencia del campo y el campo solo existe como tal por la historia que han construido los artistas. Existió una transición entre cantantes/compositores y artistas/productos de la música popular que se verificó de manera progresiva durante la constitución del campo de la música popular.

Por esta razón, en esta investigación se afirma que el género, posteriormente la industria, de la música popular sí puede ser entendido como un campo pero no desde sus inicios. Su historia comenzó a forjarse desde hace 50 años y ahora viene a constituirse desde los medios y el trabajo de los artistas y demás actores presentes en el campo. Es importante señalar que los procesos de globalización y de transformaciones en la industria que tuvieron lugar a finales del siglo XX y principios del XXI, tuvieron una gran influencia no solo en la constitución del género como industria, también como campo.

La historia del campo se ha constituido a partir de los aportes y las innovaciones tanto de los artistas mencionados como de otros representativos. De hecho, se identifica la habilidad de innovar como una forma específica de capital eficiente predominante en el campo. Es por esto que la representatividad de cada uno de los artistas radica en la transformación en parte o totalidad de las reglas del campo. Estas transformaciones dan cuenta del permanente componente de lucha presente en el campo de la música popular. Actualmente, las relaciones de fuerza que tienen lugar al interior del campo se encuentran situadas en torno a la industria musical y la industria popular. Puesto que, si bien han existido transformaciones en las reglas del campo por parte de los agentes, su actuar siempre ha estado ligado a las reglas que se van dando por parte de la industria en la época correspondiente.

Por ejemplo, en este momento, en el que los integrantes de la "nueva ola" del género se vuelcan a la internacionalización de la música popular, buscando a su vez ser más exitosos como productos dentro de la industria, algunos de los artistas posicionados en el campo están emprendiendo una pugna con la noción o asociación común entre la música popular y lo campesino. Esta pugna se da tanto desde la proyección de su imagen como hombres urbanos y modernos en sus redes sociales, como en sus videos y en la adopción de un estilo musical más producido y acorde a las tendencias más globales. Esta pugna se materializa en la intención que tienen algunos artistas como Yeison Jiménez de referirse a la música popular ya no como música popular sino como música regional colombiana.⁵⁴

El campo de la música popular siempre ha presentado fronteras, fronteras dinámicas que han sido diferentes de acuerdo con el tiempo en el que se vean, esto problematiza la noción de popular presente en el género/industria puesto que a pesar de percibirse como la música del

⁵⁴ Perfil de Instagram de Yeison Jiménez @Yeison_Jimenez

pueblo, no cualquier persona puede ser exitosa interpretándola. En la actualidad, estas fronteras están delimitadas por las dinámicas y los intereses de la industria musical. En consecuencia, vale la pena mencionar que el campo no se compone únicamente por los artistas. Hacen parte activa las disqueras, los managers, los empresarios de conciertos y los medios (tradicionales y especializados en el género). Esto, agrega varios niveles de complejidad al estudio del campo y la mención de la influencia de estos actores deja la puerta abierta para complementar la construcción de la historia del campo desde la perspectiva de alguno de estos sectores.

Es visible que, si bien la condición de artistas o productos mediáticos permeó y dio pie a transformaciones en el *habitus* de los agentes acá mencionados, no existe ni ha existido un molde o un único tipo de *habitus* de artista de música popular puesto que éstos no son estables, se transforman y adaptan. En gran medida, las transformaciones del *habitus* en torno al campo o la industria, han dependido de la época y del éxito de los *habitus* de artistas que han tenido representatividad en el campo.

Los media, en un principio la radio, hoy la televisión y las redes sociales, han jugado un papel fundamental, no solo en la transformación de las formas de venta, reproducción y difusión de la música, sino en los procesos de construcción del yo como proyecto simbólico autónomo en constante revisión, tanto en los artistas como en sus fanáticos. Este papel viene a hacerse evidente viendo a las redes sociales como plataformas propicias para la producción de material simbólico y para el establecimiento de formas de interacción de carácter casi mediáticas.

En el caso de los fans, actualmente las redes sociales son el medio por el cual más interactúan con la estrella y por medio de las cuales establecen formas de intimidad y familiaridad recíprocas con otros fanáticos y no recíprocas con las estrellas. Estas formas de interacción entre fan y estrella fueron evidentemente diferenciadas entre los tres artistas de acuerdo con su época y a los medios técnicos disponibles.

Por último, es imperioso aclarar que si bien la presente investigación retoma la vida de artistas representativos en el campo para construir la historia del mismo a partir de sus trayectorias, se concentra únicamente en algunas de las figuras masculinas más representativas. Se reconoce que las artistas femeninas también hacen y han hecho parte de la construcción de esa historia, por lo cual se deja la puerta abierta a futuras investigaciones que integren el papel que mujeres como Arelis Henao, Francly y Paola Jara (entre otras) han tenido en el proceso y la historia de constitución del campo.

Bibliografía

Acosta Martínez, P. (2011). *Capitalismo e industria cultural: la música popular, cantinera, carrilera y de despecho en Popayán, Colombia* (Tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar.

Arcos Vargas, A. (2008). *Industria Musical en Colombia: una aproximación desde los artistas, las disqueras, los medios de comunicación y las organizaciones*. (Tesis de Pregrado). Pontificia Universidad Javeriana.

Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones* (7th ed., pp. 15-16). Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Bermúdez, E. (2006). Del humor y del amor: Música de parranda y música de despecho en Colombia. *Catedra De Artes, N3*(• ISSN 0718-2759), 81-87.

Bourdieu, P., & Wacquant, L. (1998). *Una invitación a la sociología reflexiva* (3rd ed., pp. 147-205). Barcelona: Editorial Paidós.

Bourdieu, P. (2011). El mercado de los bienes simbólicos. En, *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario* (1er ed., pp. 213-253). Barcelona: Anagrama.

Charry Joya, C. (2003). Blanco corriendo atleta, negro corriendo ratero...los dilemas de status racial en Santiago de Cali. Un análisis experimental desde La música a las dinámicas de reproducción sociocultural de La ciudad. *Revista De Antropología Y Arqueología Universidad De Los Andes, 14*, 144-165.

Cornejo, M& Mendoza, F. (2008). La Investigación con Relatos de Vida: Pistas y Opciones del Diseño Metodológico. *Psyche, N17*(ISSN 0718-2228), 29 -39.

Elías, N., & Schröter, M. (2002). *Mozart sociología de un genio* (pp.20). Barcelona: Península.

García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad* (2nd ed., pp. 16-19). México D.F: Editorial Grijalbo.

González González, M. (2012). *Figuras retóricas y cultura popular. Metáforas, ironías y paradojas en la música del despecho colombiana* (Tesis de doctorado). Universidad tecnológica de Pereira.

Ministerio de Cultura de Colombia y Convenio Andrés Bello. (2003). *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia* (pp. 80-83). Bogotá.

Ochoa, A. (2003). *Músicas locales en tiempos de globalización* (1st ed., pp. 9-28). Buenos Aires: Editorial Norma.

Pereira Fernández, A. (2011). Notas para jugar con la ilusión biográfica y no perderse en el intento. *Revista Guillermo De Ockham, 9* (1). <https://doi.org/10.21500/22563202.2395>, (pp.105-122).

Restrepo Rojas, E. (2012). Francy "La voz popular de América" vista a partir de la cadena productiva del sector fonográfico de las industrias culturales. *Impacto Popular* (pp.1-22).

Sánchez, O. (2005). El concepto Música Popular. Construcciones, perspectivas y líneas de estudio (pp. 1-8). Mendoza: Encuentro de Música Popular. Facultad de Artes y Diseño.

Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad Una teoría de los medios de comunicación* (1st ed., pp. 28 - 298). Barcelona: Editorial Paidós.

Auto documental Jhonny Rivera. (2017). La Vida de Jhonny Rivera - Documental [TV].

Bravissimo. (2018). Jhonny Rivera nos habla de los hombres en la música popular [TV].

Bravissimo. (2018). Bravissimo Entrevista Jessi Uribe [TV].

Caracol Radio. (2016). No creo en el amor a primera vista: Darío Gómez, el rey del despecho [Radio].

CANAL TRO. (2019). De Cerca Con Jessi Uribe [TV].

Diario El País. (2016). Darío Gómez, el 'Rey del Despecho', celebra 40 años de vida artística. *Diario El País*, p. 1.

El Espectador. (2016). "Llegué al despecho por casualidad" : Darío Gómez. *El Espectador*, p. 1.

Extroversia Colombia. (2015). Entrevista Jhonny Rivera [TV].

Jessi Uribe. (2014). Recuperado el 20 de enero de 2020, de <https://www.jessiuribe.com/>

Jhonny Rivera. (2019). Recuperado el 20 de enero de 2020, de <https://jhonnyrivera.net/album/>

Los Informantes. (2019). "Fue mi error haber hecho mi vida privada pública": Jessi Uribe [TV].

Marlon Becerra Entrevista. (2013). Jhonny Rivera (Parte 1) – Marlon Becerra Entrevista [TV].

Olímpica Stereo. (2019). Recuperado el 12 de enero de 2020, de <https://olimpicastereo.com.co/>

Periódico El País. (2019). "La música popular necesita aliarse con otros géneros y abrir más fronteras": Jessi Uribe [TV].

Pino Bacca, S. (2018). Música popular, A todo pulmón. *El Espectador*, pp. 1-2.

Se Dice De Mí. (2018). Se fue el tiro y maté a mi papá: Darío Gómez habla de hechos que marcaron su vida [TV].

Se Dice De Mí. (2018). Jhonny Rivera, el ejemplo de que los sueños se cumplen [TV].

Se Dice De Mí. (2018). La violencia intrafamiliar sacudió la vida de Jessi Uribe en su infancia [TV].

Club de fans oficial de Jessi Uribe en Bogotá [@JessiUribeFCBogotá]. (s.f). [Perfil de Instagram] Instagram. Recuperado el 10 de septiembre del 2020, de <https://www.instagram.com/jessiuribefcbogota/?hl=es-la>

Club de fans oficial de Jessi Uribe en Casanare [@jessiuribecasanare]. (s.f). [Perfil de Instagram] Instagram. Recuperado el 10 de septiembre del 2020, de <https://www.instagram.com/jessiuribecasanare/?hl=es-la>

Darío Gómez [@elreydeldespecho]. (s.f). [Perfil de Instagram] Instagram. Recuperado el 12 de agosto del 2020, de <https://www.instagram.com/elreydeldespecho/?hl=es-la>

Jessi Uribe [@jessiuribe3]. (s.f). [Perfil de Instagram] Instagram. Recuperado el 12 de agosto del 2020, de <https://www.instagram.com/jessiuribe3/?hl=es-la>

Jhonny Rivera [@jhonnyrivera]. (s.f). [Perfil de Instagram] Instagram. Recuperado el 12 de agosto del 2020, de <https://www.instagram.com/jhonnyrivera/?hl=es-la>

Luis Alberto Posada [@posadarecords_]. (s.f). [Perfil de Instagram] Instagram. Recuperado el 11 de septiembre del 2020, de https://www.instagram.com/posadarecords_/?hl=es-la

Solo música popular [@solomusicapopular]. (s.f). [Perfil de Instagram] Instagram. Recuperado el 11 de septiembre del 2020, de <https://www.instagram.com/solomusicapopular/?hl=es-la>

Yeison Jiménez [@Yeison_Jiménez]. (s.f). [Perfil de Instagram] Instagram. Recuperado el 10 de agosto del 2020, de https://www.instagram.com/yeison_jimenez/?hl=es-la

Anexos

Bourdieu, P. (1997). Anexo 1. La Ilusión Biográfica. In P. Bourdieu, *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción* (2nd ed., pp. 74-83). Barcelona: Editorial Anagrama.

