
El beef en la música trap: Conflicto como lenguaje y medio de consumo

Pedro Pedro Pecero Caballero*¹ and Pablo Roncalés Agüera*^{†1}

¹Universidad de Salamanca [España] = University of Salamanca [Spain] – España

Resumen

El beef, entendido como un lenguaje de enfrentamiento público a través de producciones musicales y discursos mediáticos, ha sido una constante en diversas expresiones de la música urbana, desde el rap hasta el trap. En el contexto del trap español, este fenómeno actúa como una estrategia de competitividad artística y articula dinámicas de territorialidad, identidad juvenil y conflicto simbólico dentro de la escena musical contemporánea.

Con el tiempo, el beef ha dejado de ser exclusivamente un medio de afirmación artística para convertirse en una herramienta de visibilidad dentro del mercado digital. Tal y como advierten Adorno y Bielsa (2002), el sistema capitalista tiende a absorber los lenguajes culturales disidentes y convertirlos en productos de consumo. En este sentido, el beef se ha transformado en una forma de producción estratégica, adaptada a las lógicas virales de las plataformas, donde el conflicto se convierte en espectáculo y el contenido en mercancía.

A partir de los planteamientos de Castro (2019), este estudio parte de la idea de que el trap, en su versión española, refleja las tensiones de una juventud marcada por la precariedad, la crisis económica y la necesidad de reconocimiento. Estas condiciones han sido clave en la construcción de estéticas urbanas de resistencia que, sin embargo, han sido en muchos casos despolitizadas y reformuladas como productos rentables. Kaluza (2018) sostiene que el trap conserva un potencial emancipador, aunque este se ve condicionado por su inserción en dinámicas de mercado que recompensan la polémica y la exposición continua.

Desde una perspectiva histórica y cultural del conflicto en la música, este trabajo analiza cómo el beef y las redes sociales han contribuido a la viralización y expansión del trap español, impulsando tanto su evolución estética como su reconocimiento mediático. Para ilustrar este fenómeno, se tomará como estudio de caso la figura de Cecilio G., uno de los pioneros del género y considerado el "rey del beef". El objetivo es demostrar el papel central del conflicto en la configuración del trap y su impacto social.

Asimismo, el estudio busca evidenciar cómo el sistema ha instrumentalizado tanto el trap como el beef como expresiones simbólicas de una cultura precarizada y marginada. Tal y como señalan Rey-Gayoso y Diz (2021), estas músicas urbanas representan la voz de una juventud afectada por la incertidumbre y la exclusión, pero también muestran cómo dicha voz ha sido transformada en contenido de consumo masivo, perdiendo parte de su identidad y poder crítico original.

Contraseña: Trap en España, beef, diss track, conflicto, Cecilio G.

*Ponente

†Autor correspondiente: proncalesag@upsa.es