

ETNOGRAFÍAS VITALES: MÚSICA E IDENTIDADES JUVENILES. HIP HOP EN MEDELLÍN*

Vital Ethnographies: Music and,
youthful identities Hip hop in Medellín

Ángela Garcés Montoya

Magíster en Estética, Historiadora. Docente de la Facultad de Comunicación, Universidad de Medellín. Lidera el Grupo de Investigación *Discurso, Organización y Política* en la Línea de Investigación *Comunicación y Culturas juveniles*.

Correspondencia: Universidad de Medellín, carrera 87 N° 30 – 65, Antioquia, Colombia.
agarces@udem.edu.co
culturasjuveniles@gmail.com

RESUMEN

Este artículo retoma elementos de la de investigación “Mediaciones musicales juveniles” que parte de la necesidad de revisar los estereotipos que marcan y fracturan al joven en contextos urbanos y marginales, donde es necesario reconocer al *sujeto joven como productor de cultura* en relación con las condiciones sociales y económicas que lo determinan. Por ello, en el planteamiento del objetivo principal se propone explorar e identificar las diversas formas de apropiación y reconfiguración de la identidad realizada por las culturas juveniles a través del mundo musical, con sus múltiples vías: cuerpo, imagen, sonido, composición musical, que den cuenta de los significados, sentidos y sensibilidades que transitan en los medios de comunicación alternativos.

Palabras clave: Juventud, identidades juveniles, cultura Hip Hop.

ABSTRACT

This chapter is part of the research on “Musical Youthful Mediations”, the start point is the need of analyze the stereotypes that point out and, become weak to the young people in marginal and urban contexts, where is necessary to recognize at the Young people as producer of cultura related with the social and economic conditions which determine them. For this reason the main goal is to explore and identify the differents shapes of appropriation and reconfiguration of the identity made by the youthful cultures through of the musical arena, with its many ways: body, image, sound, musical composition, which showing the significances, senses and sensibilites that go around of the alternative-media.

Key words: Youth, youthful identities, Hip Hop culture.

Recibido: 20 de octubre de 2009
Aprobado: 2 de diciembre de 2009

* Este artículo es producto de la investigación “*Mediaciones musicales juveniles*”, realizada en el año 2006 y financiada por la Universidad de Medellín. Investigación inscrita en el Grupo de Investigación *Discurso, Organización y Política*, en su línea de investigación: *Comunicación y Culturas Juveniles*.

INTRODUCCIÓN

*En la vida y en el trabajo lo más interesante es convertirse en
algo que no se era al principio.
Si se supiera al comenzar un libro qué se va a decir al final ¿cree
usted que se tendría el valor para escribirlo?
Lo que es verdad de la escritura y de la relación amorosa también es
verdad de la vida.
El juego merece la pena en la medida en que no se sabe
cómo va a terminar.
M. Foucault*

Para reconocer los renovados espacios que configuran las identidades juveniles de adolescentes y jóvenes en la ciudad de Medellín, es necesario recorrer con ellos los “espacios vitales” del barrio y de la ciudad, allí se hacen visibles los múltiples sentidos cotidianos donde los jóvenes se apropian de espacios vitales para sus expresiones juveniles alternativas. Partimos de la diferencia entre espacios institucionalizados y espacios alternativos, diferencia evidente en las renovadas narraciones juveniles, que NO están presentes en los espacios institucionales del adulto (familia, escuela, trabajo).

Entre las múltiples búsquedas que orientaron la investigación, una de ellas fue tratar de tender un puente entre la *universidad* y los *jóvenes no institucionalizados*, reconociendo a los *Otros jóvenes* situados en las márgenes (sociales, culturales y urbanísticas); son jóvenes que rehacen sus subjetividades a través de proyectos vitales, éstos que superan los proyectos institucionalizantes, pues difícilmente responden a los parámetros establecidos por la educación formal, la familia tradicional y los dogmas religiosos y políticos.

En la búsqueda de las identidades juveniles y sus espacios vitales, recurrimos al método etnográfico, considerando la realización de nomadeos urbanos, entrevistas e historias de vida, realizadas con los jóvenes vinculados a la cultura Hip Hop; a través de sus narraciones buscamos diferenciar dos momentos: Cuándo No era, Cuándo era. Entre esos dos momentos se evidencian las marcas identitarias que dejan los tránsitos urbanos y los tatuajes estéticos (indumentaria, ritmo, gestualidad corporal); uno y otro momento, parten del reconocimiento de la música como un espacio / tiempo / vital, que marca la identidad de forma indeleble.

Centrados en el método etnográfico fue posible considerar la interacción y el respeto por los sujetos juveniles, quienes no fueron intervenidos sino reconocidos y visibilizados como sujetos creativos y dinamizadores de la cultura urbana. Compleja labor realizada mediante la aplicación de diversas estrategias de recolección y validación de la información como observación a distancia y observación participante de los y las jóvenes *hoppers* en sus ritmos cotidianos, posibilitando un encuentro dialógico entre éstos y los investigadores, validado, además, a partir de entrevistas a profundidad en los espacios privados e íntimos de grupo (lugares de ensayo, grabación, reunión, creación musical). También se realizaron nomadeos y encuentros fortuitos, orientados más por el azar y la

casualidad al visitar espacios públicos (parques, esquinas, miradores urbanos) y semipúblicos (bares, cafés, parches).

Para los investigadores y los jóvenes (estudiantes o disidentes) que participaron en el proyecto en calidad de auxiliares de investigación o de colaboradores incondicionales, la experiencia investigativa constituyó la mejor oportunidad para re-hacer su subjetividad juvenil, al poner a prueba sus habilidades profesionales y, sobre todo, al enfrentarse con la *alteridad cercana*, pues era inevitable no experimentar la extraña aventura del encuentro con seres cercanos en edad, pero desconocidos en las dimensiones simbólicas.

En ese proceso de extrañamiento inherente a la investigación de carácter cualitativo, el equipo de investigación se da a la tarea de revisar el concepto de juventud, sin dejar de sentirse implicados en las diversas definiciones que surgían, pues se logró entender, con Mario Margullis (1998), que

La juventud como concepto socialmente construido se refiere a la cierta clase de Otros, a aquellos que viven cerca nuestro con los que interactuamos cotidianamente, pero de los que nos separan barreras cognitivas, abismos culturales, todo ello vinculado con los modos de percibir y apreciar el mundo que nos rodea (...) Hay que entender que cada generación es portadora de una sensibilidad distinta, de una nueva episteme, de diferentes recuerdos, es expresión de Otra experiencia histórica. (p. 4).

Con esa sensación de extrañeza, se inicia el proceso de investigación en doble vía: dentro y fuera de sí. Labor obligada de todo investigador(a) que trata de re-conocer esa *otra* faceta de la cotidianidad juvenil, poblada de símbolos, significados y mensajes que subyacen en los jóvenes urbanos. La cotidianidad juvenil elabora constructos y marcos de referencia que exigen un acercamiento a ese *Otro mundo joven* que está latente y que opera al margen de parámetros estandarizados, rígidos y ajenos a nuestro sentir.

El extrañamiento es una posibilidad de encuentro, y funciona como una fuerza de tensión, porque deja latente una pregunta por la subjetividad. Extrañamiento y encuentro ejercen una mutua interpelación, y bajo esa tensión algo se mueve, especialmente el mundo interior juvenil. Se trata de *Otra realidad cotidiana* que nos enrostra la *alteridad cercana*. La investigación cualitativa se orienta por esa fuerza de tensión -extrañamiento, encuentro, alteridad cercana- y así el equipo de investigación deja aflorar el respeto por la diferencia y la singularidad del ser juvenil.

¡LA MÚSICA ES EL PARCHÉ... SIN MÚSICA NO PUEDO VIVIR!

Las identidades juveniles ofrecen un campo de investigación que supone el surgimiento de nuevos procesos de socialización e identificación grupal; ello implica un proceso de visibilización del joven durante el siglo XX. Para reconocer ese proceso, es necesario revisar la tensión entre el mundo del consumo juvenil y el mundo *underground*, considerando que mientras el primero posiciona

la juventud paradigmática de la sociedad del bienestar, el segundo se relaciona con la juventud marginal. Y entre unos y otros, jóvenes incluidos o excluidos, veremos que no es lo mismo participar de la sociedad desde dentro que desde sus márgenes.

En la actualidad, los renovados movimientos juveniles realizan reivindicaciones que no caben en los esquemas totalizantes de los *mundos de consumo juveniles* o *mundos alternativos* relacionados principalmente con el género musical y la socio-estética. Por eso se retoma y recontextualiza el concepto de *culturas juveniles* para comprender la incorporación de nuevas variables que refuerzan la contradicción, como son las posiciones étnicas, de género, de ubicación geográfica o de orientación sexual que no eran consideradas antes, y que se presentan de forma relevante en las expresiones juveniles¹.

Los *hoppers*² recrean sus propios espacios, donde evidencian una marcada separación entre el mundo adulto y el mundo joven; son espacios urbanos resignificados por los jóvenes que abarcan los *mass medias* y las nuevas tecnologías de información (sitios web) sin perder relación intensa con el barrio, la calle, la esquina, el “parche”. En ese proceso de resignificación de espacios propios aparecen los estudios de grabación y edición, gracias a la flexibilización de la tecnología que es apropiada para construir sus propios discursos sonoros y visuales.

Bajo la acción de los *hoppers* el espacio urbano comienza a contener lugares que se convierten en referentes juveniles, algunas calles, esquinas, canchas serán lugares de encuentro cotidiano; los corredores y los patios de los colegios también se convierten en espacios que toman sentido para el *hopper*; y en los hogares las terrazas serán espacio privilegiado para el *break*³ y el *rapeo*. Veamos un testimonio:

En el barrio Kennedy ensayábamos en terrazas o en la calle; uno compraba cartón, que suplantaba el *conquer*, así uno arma con dos cajas de nevera de tipo *wirpool*, y para donde usted va a ensayar se lleva su cartón, y el cartón lo pegábamos sobre la plancha o la calle y nos permitía bailar donde fuera; ese cartón lo rayábamos con graffiti; nunca pudimos comprar el verdadero *conquer*, eso es como un piso sintético que se enrolla, y tú te lo llevas; ahorita todos los grupos que se respeten lo tienen, hace parte de los instrumentos del *breaky*. (Entrevista a David Medina, rapero del grupo Sociedad FB7. Realizada por Ángela Garcés Montoya, diciembre 26 de 2003)

Los espacios *hoppers* van configurando una *geografía grupal*: se trata de lugares dispuestos para el encuentro; toman forma gracias a la acción colectiva, y puede transformarse a través del *break*, el *graffiti* o el *rap*; expresiones que dan sentido al lugar tomado por el *hoper's* en su interacción cotidiana. El espacio ganado por el *hoppers* será un espacio dispuesto para el ensayo, la exhibición, la visibilización y también la confrontación grupal e individual.

Los *hoppers*, para apropiarse de un espacio vacío, inician una importante labor de conversión: el espacio vacío comienza a contener la marca *hip hop* y será habitado, frecuentado y cuidado cotidianamente por el grupo. Por eso los espacios pueden alcanzar la configuración de territorios, al convertirse en espacios que guardan los afectos y los rituales del grupo. Se entiende cómo los espacios *hoppers* pueden alcanzar la noción de *lugar* al ser “*espacios cargados de sentido, se constituyen a partir de ser habitados, vividos. Guardan las memorias, los afectos y las liturgias. Se trata de espacios que han sido habitados y contienen un grado pleno de significación*”. (Margulis, 1998, p. 20).

Para identificar, valorar y reconocer las formas *de producción cultural juveniles no institucionalizada* recurrimos a las narrativas juveniles, en relación con los relatos y las autobiografías de los jóvenes, que aparecen tanto en las entrevistas a profundidad, como en las líricas plasmadas en la producción musical de los c.d. y videoclips. Por ello, entre el relato individual (entrevista) y producción creativa colectiva (música), se reconoce una búsqueda de identidad que sitúa a los jóvenes en sus contextos (urbanos, barriales, familiares), en sus relaciones afectivas (amigos, panas, clanes) y por ende, restablecen y recrean las culturas juveniles. Esa relación directa entre relato y cultura, se fundamenta en dos sentidos, veamos:

La cultura se presenta a sí misma a través de relatos narrativamente controvertidos debido a dos razones principales. Primero, las acciones y las relaciones humanas se forman según una doble hermenéutica: identificamos *lo que* hacemos por medio de un *relato* de lo que hacemos. Las palabras y los hechos son equiprimordiales, en el sentido de que casi toda acción humana socialmente significativa más allá de rascarse la nariz, se identifica como una *cierta clase de hacer* a través de los relatos que tanto los propios agentes como los demás dan de ese hacer. La segunda razón por la que la cultura se presenta a sí misma a través de relatos controvertidos es que no sólo las acciones e interacciones humanas están constituidas por relatos, que en conjunto forman una “red de relatos”, sino que también están constituidas por la postura valorativa de los actores hacia lo que hacen. (Benhabib, 2006, p. 31).

Por ello, recurrimos en nuestro trabajo de campo a las técnicas de investigación interactivas que le dan prelación a los relatos (individuales y colectivos) que nos permiten identificar, por una lado *qué hacen* los jóvenes en los mundos musicales, y por otro, *qué valor* le asignan a su participación en la agrupación musical, en la apropiación de medios de comunicación relacionados con la creación y producción musical. Allí cobran importancia las narrativas, pues a partir de ellas es posible estudiar las identidades sociales, en especial, las identidades juveniles configuradas alrededor de la músicas urbanas, en nuestro caso el hip hop.

Miremos un relato: “Cuando no era”

- *Angela*: ¿cuando NO ERAS en qué andabas....qué música bailabas?

- *Lupa*: yo fui salsa, sí, sí, sí... sí, ¡salsa hijueputa! Y salsa antillana hermano, y yo pa' bailar en las discotecas... yo soy el que tengo que estar allá.

- *Ángela*: entonces tiremos paso de salsa.

- *Lupa*: ¡claro! Por aquí habían concursos y todo, y en, hubo un tiempo en que las pela'itas, el que más bailaba salsa era el que más tramaba.

- *Ángela*: entonces ubícame, ¿a qué edad bailabas salsa?

- *Lupa*: no pues, trece, catorce años. ssardinito... y ya tirando paso ¡Claro! Y como me mantenía con peladas mayores, con gente mayor... Entonces tiraba salsa, y bastante, oiga... yo no sé de dónde salían tantos pasos, ¡yo tiraba tantos pasos! Y tan, eso de las discotecas, cuando eso en Kennedy no había cuadra que no tuviera discoteca, hermano. Kennedy era lleno de discotecas, ¿me entiende? Aquí en la 75 había otra, por allá había una que se llamaba la Escorpión, ¡eh! Eso era lleno de discotecas por todos lados, por la Imperial que era pues de lo lugares por donde más conflicto había, habían dos, eso yo no sé, y salsa por todos lados, se escuchaba salsa aquí, salsa. También me gustaba mucho el rock, el rock pero rock y pop, porque Guns and Roses es como muy pop también, entonces salsa, escuchaba salsa, escuchaba Guns and Roses, que fue el grupo mío de toda la vida, toda la vida, me gusta mucho. Y, y, y también escuchaba cosas de Michael Jackson, pues porque mucha influencia, Michael Jackson, le enseñaron, Michael Jackson es y fue por los rapers, por los hiphopers.

- *Ángela*: cuando llega el hip hop a tu vida ¿En qué andabas?

- *Lupa*: eso fue en los 90's, al principio de los 90's, yo duré en cuentos malos hasta 94, 95 que ya era cuando estaba pues inmerso en el Hip hop, yo quería saber a fondo qué era esto, qué era hip-hop, de dónde venía, para qué servía, me gustó mucho porque me dejaba expresarme, yo tenía muchas cosas para decir, para decirme a mí mismo y para decirle a la gente, para decirles a los que murieron, para decirles ¡se los dije! Se los dije y no me escucharon, y tal vez como lo dije en esa misma canción La vida todavía no me ha hecho los cobros, que yo pues vivo momentos malos por estos días tal vez muy duros, pero sigo diciendo la vida todavía no me ha hecho a mí los cobros. (Entrevista a Lupa, Mc del grupo SOCIEDAD FB7, realizada por Ángela Garcés Montoya y Germán Arango. Medellín, 19 de julio de 2004)

Durante la investigación en “Mediaciones musicales juveniles” se da prelación a las narrativas musicales juveniles, por dos motivos, dilucidados por Pablo Vila (1996) en su investigación “Música e identidad: la capacidad interpeladora y narrativa de los sonidos”:

- *La narrativa* es uno de los esquemas cognoscitivos más importantes con que cuentan los seres humanos, dado que permite la comprensión del mundo que nos rodea de manera tal que las acciones humanas se entrelazan de acuerdo a su efecto en la consecución de metas y deseos. En otras palabras, si por un lado parece no haber comprensión del tiempo humano fuera de su inserción en un marco narrativo, por otro lado, la narrativa sería la única forma cognoscitiva con que contamos para entender la causalidad en la relación a las acciones de los agentes sociales.
- *La música* es un tipo particular de artefacto cultural que provee a la gente de diferentes elementos que tales personas utilizarían en la construcción de sus identidades sociales. De esta manera, el sonido, las letras y las interpretaciones, por un lado ofrecen maneras de ser y comportarse, y por el otro ofrecen modelos de satisfacción psíquica y emocional. (p.28).

Para reconocer la imbricación *Narrativa - Música - Identidades juveniles* miremos otro relato de “Cuando era”:

Ángela: ¿y qué significa vivir de la música?

David: yo pienso que vivir de la música es un estilo de vida, para nosotros los *hoppers* es dejar la sobrevivencia en otro lado, o sea, la sobrevivencia es algo que nos desgasta demasiado y es poder entender que ...que vivir del hip hop es vivir de verdad, es vivir de lo que uno es y no del *camello* que sólo genera dolores. Entonces nosotros anhelamos que nos paguen bien, anhelamos vender nuestra música; queremos mercar, pagar los servicios, el arriendo, todo con el hip hop y, en últimas a largo plazo, mejorar las condiciones de todos y de las familias, o sea, nosotros tenemos el sueño de comprar una casa, de darle la casa a la familia, tenemos el anhelo también de tener una casa para el grupo donde tengamos lugar para que varios ensayen, tenemos como el anhelo también de tener un buen estudio de grabación, que más que sea como producto de la inversión de nosotros que sea producto de lo que hacemos, o sea, como que el hip hop sea el que también nos de la posibilidad de la posibilidad de pensar un mejor estudio sobre todo ahora que vemos que es como una estrategia para fortalecernos musicalmente pero también para ayudarlo a autoproducir a otros. Entonces nosotros no hablamos como el hip hop como empresa pero sí como también como la posibilidad de centrarnos ahí. (Entrevista a David Medina, Mc del grupo SOCIEDAD FB7, realizada por Ángela Garcés Montoya y Germán Arango. Medellín, 20 de mayo de 2004).

En particular, la investigación *Mediaciones musicales juveniles* explora las narrativas musicales juveniles del *hip hop*, reconociendo el vínculo de los jóvenes a sus cuatro elementos constitutivos: *dee jay*, *graffiti*, *break dance* y música en su versión *rap* o *mc*⁴ cada uno de estos elementos y expresiones estéticas son recreadas desde el sonido, la letra, la pintura y la danza. Desde el *hip hop* los jóvenes asumen elecciones particulares y diferenciales que les permiten situarse en un contexto; esta música le ofrece al joven la posibilidad de construir maneras de *ser y actuar* en el mundo, además logra satisfacción psíquica y emocional, al ligar su deseo de “salir adelante” con el visibilizarse desde “la expresión de su verdad”. Como sostiene el colombiano Omar Rincón (2006) la comunicación es un valor de época, en ésta la multiplicación de narrativas, la música se apropia de las memorias colectivas y es utilizada para contar las nuevas historias de nuestras sociedades.

Para el joven el *hip hop* alcanza a ser un proyecto de vida, posible en el proceso de construcción y afirmación de su identidad; se entiende entonces que el *hip hop* es más que una moda, denominación peyorativa que ronda en los *mass media* y en los imaginarios sociales (tanto juveniles como adultos). Como bien lo enuncia Pablo Vila (2002):

La música tiene una poderosa capacidad de interpelación, ya que trabaja con experiencias emocionales intensas, mucho más potentes que las procesadas por otras vertientes culturales (...) La música permite la ubicación cultural del individuo en lo social, así la música puede representar, simbolizar, y ofrecer la experiencia inmediata de una identidad colectiva. (p. 21).

Entendemos, que el *hip hop* no es sólo una estética sino, además, una filosofía de vida, en la que los jóvenes que se adscriben a este fenómeno músico-cultural, adquieren compromisos con los sistemas de valores e ideologías que comparten

entre sí. La música es la fuerza creativa y generadora de las culturas juveniles, pues entre escuchar y hacer música, está en juego la capacidad creadora de cada joven y, a la vez, la vinculación y reconocimiento grupal. Es necesario resaltar que para él o ella hacer música no sólo es una manera de expresar ideas, es una manera de vivir. Así, ellos y ellas se vinculan al *hip hop*, más allá del gusto y la inclinación casual. Convirtiéndose para ellos y ellas en la fuerza estética a través de la cual descubren la alteridad cifrada en un Nosotros / Otros.

En este juego de narrativas musicales juveniles reconocemos que las subjetividades traen aparejada la idea de un intercambio entre *ego* y *alter ego*; en dicha relación intersubjetiva, las conciencias no sólo se comunican, sino que construyen y acceden al sentimiento de identidad. No podemos olvidar, que la identidad se entiende como proceso relacional. Se confirma la identidad como un juego de permanente diferenciación. Así lo entiende al antropólogo Manuel Delgado (2002):

Los grupos -como los propios individuos que los conforman- intentan evidenciar un conjunto de rasgos que les permitan considerarse distintos, es decir: su identidad. Estas proclamaciones recurrentes sobre la identidad contrastan con la fragilidad frecuente de todo lo que la soporta y la hace posible. Un grupo humano no se diferencia de los demás porque tenga unos rasgos culturales particulares, sino que adopta unos rasgos culturales singulares porque previamente ha optado por diferenciarse. (p. 55)

En las identidades juveniles se reconocerá entonces el papel central que cumple la música, entendida como una fuerza identitaria juvenil, que, además, potencia la posibilidad de creación y producción cultural, de los jóvenes para los jóvenes. Se trata de una elección que supera el gusto y la afinidad por un género o estilo musical, para convertirse en la fuerza que marca la existencia y la identidad colectiva, haciendo posible el encuentro cara a cara entre los y las jóvenes, y este encuentro a su vez, cumple con las condiciones de reciprocidad (al compartir el gusto por la misma música) y la de co-presencia (confluir en los mismos territorios); éstas son las condiciones indispensables para la construcción de una identidad colectiva⁶.

Miremos otro relato “Cuando era”:

Ángela: ¿Qué significa el hip hop para tí?

Lupa: todo, la pintura, el baile, el rap, los Djs, todo es Hip hop, nosotros fuimos los convocados a crear y producir la música del barrio, porque teníamos muchas cosas para decir y el Hip hop fue el medio que más nos facilitó expresarnos; en el rap, salen rabias, dolores acumulados, silencios opresores; entonces había que bailar para olvidar y cantar para denunciar, por eso es tan importan en rap en mi vida. Yo empecé a hacer rap después de bailar breaky como año, empecé a escribir mis primeros textos y yo sentía que tenía muchas cosas para decir y empecé a decirlas.

Ángela: y ¿Cómo realizan la creación y producción del rap?

Lupa: todo desde el arte, yo siempre les he dicho a los *hoppers*, busquemos ser profesionales para que la gente nos trate como tales, porque aquí todavía cualquier evento que sale ahí mismo dicen “a inviten al grupo de rap y ofrézcanles una gaseosa y un pan”, llega un grupo de rap y les manda un rider, le manda un requerimiento técnico y dice que estamos locos, entonces ¡que falta de seriedad y que falta de respeto!, entonces es tratar de ser profesionales para enseñarle a la gente que nosotros podemos estar al nivel de cualquier grupo, y podemos hacer el arte también hecho como cualquiera. (Entrevista a Lupa, Mc del grupo SOCIEDAD FB7, realizada por Ángela Garcés Montoya y Germán Arango. Medellín 19 de julio de 2004).

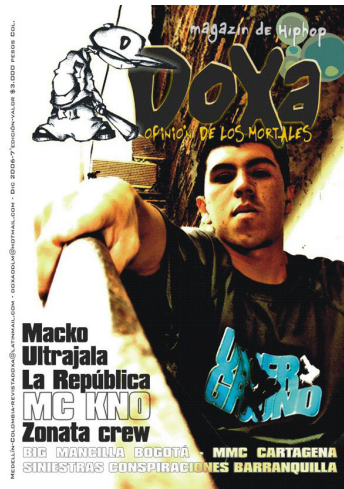
El *hip hop* confronta el mundo establecido a través de los discursos hegemónicos propios de las instituciones tradicionales, los *massmedias* y las industrias culturales; frente a esos discursos aparecen las narrativas musicales juveniles que promueven relatos alternativos. Allí vemos expresiones juveniles vinculadas a los postulados de No-violencia, de Resistencia Civil, de Objeción de Conciencia, autogestión. El *hopper* hace de su discurso una propuesta poética, con su vivencia como inspiración, allí “*emerge un sujeto portador de un discurso capaz de proveer de sentido las tensiones que atraviesa su subjetividad, su vida cotidiana y su lugar en el universo social*”. (Perea, 1999, p. 98).

PROPUESTAS COMUNICATIVAS INDEPENDIENTES

Cuando me di cuenta de que la gente escuchaba mi voz, supe que tenía que llenar la voz con algo de sustancia. A través de la música rap he visto gente que en todo el mundo es atraída como un imán hacia los pensamientos y las ideas. Mi meta es ser utilizado como viaducto, como un despachador de información.
Chuch D

La visibilización de las producciones culturales de los *hoppers* a través de medios alternativos, supone la *comunicación Otra* (Bendezú, 1989) que difícilmente circulará en los medios masivos de comunicación, al tratarse de proyectos juveniles dotados de independencia y creación, como tal, pensados desde las subjetividades e identidades juveniles, que en su diferencia y resistencia cultural recrean y confrontan la cultura y los procesos hegemónicos impuestos por los mundos adultos institucionalizados o por las industrias culturales orientadas hacia un alto consumo juvenil. Se trata, entonces, de una *comunicación Otra*, al ser una “comunicación que siempre tiene algo distinto y alterador del orden comunicativo masivo, donde las expectativas y características populares son interpretadas no como mediación, sino como memoria negada”. (Bendezú, 1989, p. 154)

Entre las experiencias comunicativas independientes del mundo del *hip hop* en Medellín se resalta la acción comunicativa de la página www.subterraneos.com. Entre las publicaciones en formato revista sobresale la propuesta autogestionada *Doxa*, realizada por Verónica de forma independiente y permanente; ella busca “manifestar el inconformismo de la juventud urbana y a su vez, transmitir cultura, valores y principios del *hip hop*”.



<http://revistadoxa.blogdiario.com/>

Verónica se vincula al hip hop desde sentimientos de inconformismo y soledad urbana, es ese tránsito de niña a mujer, donde la dura urbe deja pocas opciones para las mujeres, ella lo manifiesta:

El hip hop llega a mi vida entre los 12 o 13 años, llega por la música y los videos y me captura desde pequeña; me atrae por varios motivos: la poesía urbana, las rimas creativas y fuertes y canto directo de la violencia, el conflicto y la soledad urbana... Mi conexión con el hip hop se realiza a través de la comunicación, así construyo la propuesta de la Revista Doxa, en momento difíciles de mi vida; la revista se convierte en una propuesta educativa, que muestra la trayectoria de hip hop en Medellín y Colombia. Con la revista he comprendido el complejo mundo del hip hop, y a su vez, me formo como fotógrafa, reportera, diseñadora, y demás funciones propias de la gestión y producción cultural alrededor de la revista. (Entrevista a Verónica, gestora y productora de la Revista DOXA, realizada por Ángela Garcés Montoya. Octubre del 2008).

Algunas emisoras comerciales han tenido sesiones destinadas al *hip hop*, pero no han tenido continuidad; además, estos espacios, al parecer, no tenían el interés y compromiso de oprimir el *play* para difundir las canciones locales. La tendencia con los programas comerciales era mantener marginales las producciones locales. Aparecen funcionales a la industria cultural y no expresan el sentido local; sus nombres, incluso, son en inglés, aludiendo a imaginarios externos y muy propios del *hip hop* comercial.

Como expresión de estas contradicciones, se presenta en la ciudad de Medellín una gran variedad de producciones discográficas que, a partir de 1998, y hasta la fecha, nutren las estanterías de los pocos almacenes que la distribuyen; además, hay que resaltar las colecciones particulares de los pocos que se atreven a comprar un disco local, sintiéndose orgullosos de comprar, escuchar y rotar los discos locales.

La *cultura hip hop* de Medellín se ha enriquecido con múltiples estilos y sonoridades, permitiendo escuchar cerca de 120 producciones de carácter independiente y autogestionadas, entre demos y discos prensados de larga duración, algo imposible de pensar en los primeros años de los noventa, cuando no existía ni siquiera un estudio casero para producir demos. Tristemente en nada subsidiadas o apoyadas por las entidades público-privadas que dicen “Promover las culturas, prácticas e identidades juveniles” a través de la Política Local de Juventud.

Los grupos locales logran prensar sus discos a través de dolorosos préstamos con entidades bancarias y algunas personas bien intencionadas cercanas a la escena que cumplen el rol aún nada claro de productor ejecutivo. Los grupos locales se han rebuscado sus oportunidades; con constancia, confianza en sí mismos, claridad y amor hacia su proyecto logran enfrentar las dificultades para dar a luz y hacer públicas sus creaciones. Poco se logra vender en comparación con las cifras de los grupos norteamericanos y franceses, donde se habla de más de 3 millones en promedio de copias vendidas, en Puerto Rico antes de que el *reggaetón* copara todos los espacios, vendían en promedio 100 mil copias, y cifras similares muestran los grupos españoles actualmente.

Los grupos colombianos, excepto La Etnia -el grupo más antiguo y con proyección internacional- sólo venden en promedio la irrisoria cifra de mil copias, esto lo afirman los mismos grupos, y también las tiendas; además lo confirman conversaciones sostenidas con la empresa colombiana que más ha prensado discos de *rap*, *Cd Systems* afirma que cuando un grupo de Medellín prensa, sólo saca 300 copias, luego, si tienen éxito con éstas, sacan la segunda edición que no sobrepasa la primera.

Como vemos, se cuenta ante todo con producciones todavía marginales, escondidas en el ego urbano que no trasciende las montañas. Una vez más se confirma el alcance universal logrado por el *hip hop*, pero a su vez las desigualdades emergentes en el contexto de la globalización neoliberal, donde las industrias culturales acogen, venden e incrustan sus productos, pero difícilmente promueven escenas locales que no entran en sus intereses geo económicos. Otra gran dificultad del *hip hop* local es que no logra aún establecer redes independientes de distribución e intercambio, no existen los canales o el interés para dinamizarlas, todavía se ven en Europa y Estados Unidos los centros a llegar, pero no se tienen en cuenta las grandes oportunidades que podrían avizorarse al mirar y remirar en el hemisferio Sur: África, Suramérica, incluso Asia son terrenos inexplorados para configurar redes de *hip hop*.

En el ámbito local la poca capacidad adquisitiva y consecuentemente la urgencia de sobrevivir, la ausencia de dispositivos para promocionar a gran escala, de conciencia para intercambiar discos, adquirir los locales y distribuirlos, hacen que sea toda una odisea y un acto quijotesco producir un disco. Es un escenario

por potenciar y lograr el reconocimiento a las experiencias musicales de carácter independiente, como dignas de mostrar y proyectar en otros ámbitos, valorándolas como experiencias importantes, que surgen con la fortaleza de los sueños de muchos jóvenes, pero también en la angustia, la desilusión y la carencia, propias de un contexto neoliberal y guerrerista. Se suma a esto el estigma constante de los medios masivos de comunicación: sobre todo las emisoras locales que no programan el *hip hop* local, porque según las directrices de los medios masivos los grupos locales “no tienen el nivel” o nos preguntamos nosotros, ¿será que no responden a las proyecciones económicas de los medios masivos?

Es necesario destacar que existen otros medios alternativos como De La Urbe, Musinet, Radio U, Hagalau, Antimilisonoro y entre ellos los medios marginales Subterranos.net y Doxa; se trata de medios de comunicación alternativos que difunden las producciones locales de rap y rotan con cierta frecuencia los videoclips, que desde el 2003, y aunque son pocos, empezaron a producirse para enriquecer la escena. Creemos que faltan más oídos abiertos, más capacidad y aventura de los grupos para cualificar su producción, hacerla integral desde las sonoridades, lo visual, lo gráfico, y en distribución. Se necesitan grupos y entidades interesados en diseñar proyectos e iniciativas innovadoras para proteger, promocionar y fortalecer los grupos musicales, iniciativas que recuperen y proyecten el arte local y nacional.

Es posible hablar en la ciudad de Medellín y más allá en el Valle de Aburrá de 220 grupos de *hip hop*, una cifra muy considerable para una ciudad que no cuenta con los escenarios propicios para proyectar la cultura *hip hop*. Encontramos, entonces, que son muy pocos los festivales que a gran escala se realizan. Lamentablemente quedaron en el recuerdo el Primer Festival de Hip Hop Metropolitano llevado a cabo en 1994 en el Teatro al Aire Libre Carlos Vieco Ortiz y que como iniciativa de carácter interinstitucional y con la participación de tres grupos de *hip hop* en su organización generó por varios días en la ciudad una atmósfera *hip hop* o los Encuentros de *hip hop* de la Zona Nororiental que llegó a su novena versión con el apoyo de Edúcame y Comfama, que además realizaba audiciones previas, donde se inscribieron 115 grupos en el 2002. También por parte del Concejo de Medellín y lamentablemente utilizados bajo intentos de cooptación por parte del Partido Liberal, se desarrollaron los *Yabbu Festival* que con más de siete grandes conciertos presentaron a más de 100 grupos locales y unos pocos nacionales en eventos realizados cada dos meses.

Desde el 2004 encontramos los grupos de *hip hop* incursionando en la escena pública de Medellín, a través de su vinculación en la priorización del Presupuesto Participativo de sus comunas, promovido por la Alcaldía de Medellín. En esa gestión pública sobresale la labor realizada por la corporación “4 elementos” quien desarrolla un evento de gran magnitud: HIP 4, logrando ser una de los principales eventos de *hip hop* que se lleva a cabo en la ciudad de Medellín

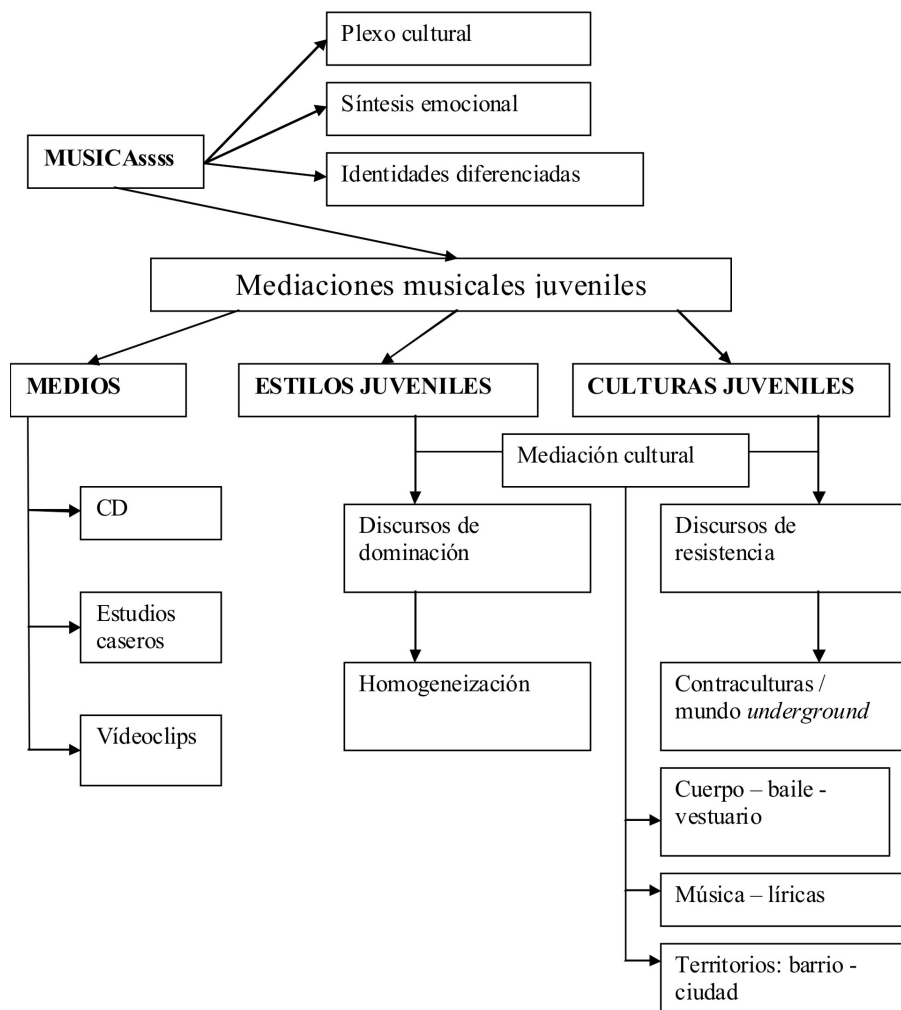
actualmente, con un encuentro anual en “Zona”, siendo quizás uno de los mejores eventos de hip hop en Colombia.

Hip 4 logra convocar a las agrupaciones de hip hop de la ciudad de Medellín, instalando un espacio alternativo de participación juvenil, que fortalece el movimiento local y genera una identidad al incorporar los cuatro elementos (Mc, Dj, B.boy – B.girl y graffiti) en la escena del festival. El evento además es un espacio formativo al considerar en su programación: conciertos, conversatorios, seminarios, talleres artísticos. (Ver: www.hip42008.blogspot.com).

La propuesta del Festival de Hip Hop Zona 4 está articulada a la Escuela de Hip Hop promovida por el grupo Crew Peligrosos que funciona en la Institución Educativa Gilberto Alzate Avendaño en Aranjuez. La fuerza que ha tomado la escuela renueva y recrea la fuerza del Hip Hop en las comunas nororientales de Medellín, y nos recuerda que en esos sectores fue donde surgieron los grupos y artistas más importantes en Medellín, como Tribu Omerta, Gambeta, La Zorra, Rulaz Plazco, Sonata Crew, entre otros.

CONCLUSIONES

En este artículo se logra presentar la importancia de la relación juventud-música-identidad, como tríada temática que reconfigura las culturas juveniles contemporáneas, y permite identificar y valorar las narrativas musicales juveniles en función de la creación y gestión cultural declarada *alternativa*, frente a otras formas de adscripción musical, ligadas más al consumo cultural, propio de estilos juveniles. Por ello, en el siguiente cuadro se resume la propuesta de relaciones conceptuales de la investigación “Mediaciones musicales juveniles”, considerando cuatro conceptos rectores: *Músicas, Medios, Estilos juveniles y Culturas Juveniles*.



Las *músicas* se entienden como ese plexo cultural que reúne diferentes posibilidades sensoriales (audición, movimiento, ritmo) que, a su vez, involucra el cuerpo, la emoción, la sensación, el recuerdo; todo ello convierte a la música en una síntesis emocional, incomparable con otras ofertas culturales, como cine, teatro, telenovela, etc. Pues como lo anuncia Pablo Vila “La música es un tipo particular de artefacto cultural que provee a la gente de diferentes elementos que tales personas utilizarían en la construcción de sus identidades sociales. De esta manera, el sonido, las letras y las interpretaciones, por un lado ofrecen maneras de ser y comportarse, y por el otro, ofrecen modelos de satisfacción psíquica y emocional”. (Vila, 2002. p. 40).

A su vez, las músicas generan varias posibilidades: por una lado, está la adhesión en función del consumo cultural, que es cambiante, flexible y efímera, propia de

los *estilos juveniles* y, por otro lado, se encuentran adhesiones fuertes, que implican procesos de identificación de las *culturas juveniles* que sienten la posibilidad de diferenciarse a través de la música y, sobre todo, de instaurar alternativas de pertenencia y de identificación que trasciendan la cultura oficial. Las culturas juveniles ofrecen una producción cultural propia, diferente y creativa, en tanto se alejan de los estilos juveniles, aquellos que promueve el mercado de la moda, e instaura procesos de homogeneización del mundo adulto, es decir, institucionalizado.

En relación con los *medios*, vimos a lo largo de este artículo, cómo los jóvenes vinculados al mundo del *hip hop*, en función de procesos de identificación fuertes (culturas juveniles), logran avanzar en procesos de apropiación de medios de comunicación, que involucran la producción musical, a través de estudios de grabación caseros y estudios de producción audiovisual; para ello, se organizan en grupos musicales o grupos de producción. Vemos, entonces, cómo entre apropiación de medios y formas de organización a través de la música, los jóvenes posicionan una comunicación diferente a la comunicación masiva o comunicación comercial.

NOTAS

1. Para reconocer los desarrollos y debates conceptuales entre “tribus urbanas”, “culturas juveniles” e “identidades juveniles”, confrontar el texto *Nos-Otros los jóvenes* (Garcés, A. 2005), y la tesis de Maestría *Mil Espadas, mil espacios: prácticas espaciales juveniles emergentes en Medellín: Afianzamientos y rupturas en la sociedad contemporánea* (Sepúlveda & Lopez, 2009).
2. *Hopper*: es el hombre o mujer que se desenvuelve en cualquiera de los cuatro elementos de la cultura *hip hop* (*graffiti, rap, Mc, b.boy / b.girl*) promoviendo la integralidad del *hip hop*. Participa desde los actos creativos, organizativos y de gestión de la cultura *hip hop*, diferente al joven que consume el *hip hop*, pues se incorpora a la escena sólo por la vía del consumo y no de la creación y producción musical. Los *hoppers* diferencian y nombran al joven que solo consume su música y atuendos como *faranduleros*.
3. *Breakdance*: con el *deejay* es una de las primeras expresiones de la cultura *hip hop*. El *breakdance* fue el primer elemento del *hip hop* que se universalizó. Es la danza con movimientos acrobáticos, algunos retomados de las danzas ancestrales africanas, la gimnasia olímpica, las artes marciales, incluso de la capoeira. El *breakdance* se constituye de varios estilos o ramas que dotan esta danza de una diversidad y un mundo de posibilidades para la invención de movimientos y pasos. Algunos de los estilos son: el Old Style Breaking consistente en juegos rítmicos y enredados de los pies, en las figuras congeladas del cuerpo donde juegan la fuerza y el equilibrio. El *New Style Breaking* como el estilo que encierra los giros o movimientos fuertes, rítmicos, también conocidos como *power moves*; los más conocidos son los giros en la cabeza, en la espalda y los hombros, los *airflare*, los tomas o caballetes. También incluye los estilos *Brooklyn rock, uprocking, locking, popping, Electric boogie y top rocking*.

4. *RAP*: Se entiende por rap la música que se desprende de la cultura hip hop, comprende el estilo de canto y la base rítmica a cuatro tiempos o pista musical acompañada con sampleos o armonías, que le permite al cantante o MC, reconocido popularmente como “rapero o rapera” expresar sus sentimientos y visiones del mundo a través de líricas de su propia autoría.
5. La relación cultura juvenil – estética – ética tiene un amplio desarrollo en el libro de Marín, Marta y Muñoz, Germán. *Secretos de mutantes. Música y creación en las Culturas Juveniles*. Siglo del Hombre Editores, DIUC – Universidad Central, Bogotá. 2002.

REFERENCIAS

- Bendezú, R. (1989). Aproximación semiótica al discurso de la comunicación alternativa. *Contratexto*. No. 4. Julio. pg. 150 – 162. Universidad de Chile.
- Benhabib, Seyla. (2006) *Las reivindicaciones de la cultura. Igualdad y diversidad en la era global*. Buenos Aires: Katzeditores.
- Delgado, Manuel. (2002). Disoluciones Urbanas. Universidad Nacional de Colombia, *Colección Estética Expandida*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Doxa, Revista (s. f.). [En línea], disponible en: <http://www.revistadoxa.blogdiario.com>
- Garcés, Ángela. (2005). *Nos-otros los jóvenes. Polisemias de las culturas y los territorios musicales en Medellín*. Medellín: Sello Editorial Universidad de Medellín.
- Hip4. (2008). Blog Hip 4. [En línea], disponible en: <http://www.hip42008.blogspot.com>
- Margullis, Mario. (1998). La construcción social de la condición de juventud. *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, DIUC – Universidad Central.
- Muñoz, G. & Marín, M. (2002). *Secretos de mutantes. Música y creación en las Culturas Juveniles*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, DIUC – Universidad Central.
- Perea, C. (1999, mayo-agosto). Predicando mi mensaje. Testimonio rapero. *Análisis Político*, 37, 91-109.
- Rincón, Omar. (2006). Narrativas mediáticas o cómo cuenta. *La sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Sepúlveda, M & López, M. (2009). Mil Espadas, mil espacios: prácticas espaciales juveniles emergentes en Medellín: Afianzamientos y rupturas en la sociedad contemporánea. Tesis de Maestría. Universidad de Antioquia, Medellín.
- Vila, P. (2002). Música e identidad: la capacidad interpeladora y narrativa de los sonidos. *Cuadernos de Nación*. Tomo: Música en transición. Bogotá: 2a. ed.