

COMUNICACIÓN ALTERNATIVA UNA LECTURA A LA *CULTURA HIPHOP* EN MEDELLÍN*

Ángela Garcés Montoya
Andrés Felipe López Arango
David Medina Oxoc

* Recibido el 16 de agosto de 2005. Aprobado el 28 de abril de 2006.

COMUNICACIÓN ALTERNATIVA UNA LECTURA A LA *CULTURA HIPHOP* EN MEDELLÍN**

Ángela Garcés Montoya, agarces@udem.edu.co
Andrés Felipe López Arango, gottweib@hotmail.com
David Medina Oxoc, medinaoxoc@yahoo.com.mx

La educación se puede realizaren cualquier lugar, en cualquier momento, a través de varios lenguajes y medios y bajo condiciones muy diferentes a aquellas que mediaron lo que hoy podemos llamar el modo de pensar escolar de educar, el modo institucional de construir conocimiento y el modo letrado de aprender.

J. M. Barbero

RESUMEN

El presente artículo fue escrito gracias a la confluencia de saberes y experiencias vitales que juntaron sus pensamientos y búsquedas, para ponerlos en cuestión y reconstrucción colectivas. Detrás de este encuentro hay una perspectiva interdisciplinaria que trata de poner en común conceptos construidos desde la Antropología, el Trabajo Social, la Comunicación, la Estética y los procesos investigativos.

El texto surge de la investigación: *Mediaciones musicales juveniles**** desarrollada en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín (Colombia), dirigida por Ángela Garcés Montoya, quien con Andrés López como auxiliar de investigación dialoga con la experiencia de Medina OXOC, cantante de *Rap*, estudiante de Trabajo Social de la Universidad de Antioquia y docente activo de la Escuela de Animación Juvenil.

Palabras clave

Comunicación alternativa, Comunicación marginal, Cultura *Hiphop*, Espacio Público

** Parte del texto fue presentada como Ponencia en el I Seminario Nacional de Comunicación Alternativa, Itagüi, 26 y 27 de abril de 2005. Organizado por la Universidad Luis Amigó.

*** Investigación desarrollada en la Facultad de Comunicación, programa de Comunicación Gráfica Publicitaria, con el apoyo de la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Medellín (Colombia).

SUMMARY

This article has been written thanks to the confluence of vital experiences and know-how's that grouped their thoughts and explorations in order to set them into collective questioning and reconstruction. Behind this encounter lies an interdisciplinary perspective that attempts to bring forth a common ground to some concepts elaborated within Anthropology, Social work, Communication, Esthetics, and Research processes.

The text is an outcome of the research: *Musical Juvenile Mediations*, developed in the Faculty of Communication of the University of Medellin (Colombia) and directed by Angela Garcés Montoya who, assisted in this research by Andrés Lopez, dialogues with Medina OXOC: a Rap singer, a Social-work student in the University of Antioquia, and an active teacher in the *School of Juvenile Animation*.

1. Comunicación marginal... alternativa

Presentamos una lectura descriptiva y reflexiva de la *Cultura Hiphop* en la ciudad de Medellín; se indaga por el papel de la Comunicación marginal —comunicación alternativa— que logran los *hoppers*¹ gracias a la apropiación de medios de comunicación como páginas WEB, revistas, estudios de grabación y producción discográfica en CD. La apropiación de esos medios de comunicación les permite a los *hoppers* confrontar los discursos hegemónicos, especialmente los discursos publicitarios que consideran a la juventud como población inclinada al consumo irracional y compulsivo.

Veremos cómo, a través de la apropiación de medios de comunicación, los jóvenes *hoppers* posicionan una comunicación marginal o comunicación alternativa, que se diferencia según el grado de autogestión, participación y acción social alcanzado en el posicionamiento de espacios y propuestas diversas y diferenciadas de los medios de comunicación masiva; por esas características se denomina *comunicación Alternativa*. Se trata, entonces, de una *comunicación Otra*, nombrada así por Raul Bendezú, 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”².

La visibilización de las producciones culturales de las juventudes a través de los medios alternativos supone la *comunicación Otra* que difícilmente circulará en los medios masivos de comunicación, al tratarse de proyectos juveniles dotados de independencia y creación, como tales 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.

Actualmente en la ciudad de Medellín es posible dar cuenta de una gran variedad de expresiones musicales que, por parte de los y las jóvenes, vienen emergiendo y llenando el espacio público de sonidos, ritmos y melodías que desde el *punk*, el *hard core*, el *reggae*, el *ska*, el *metal*, los estilos electrónicos y el *hiphop* demuestran que la ciudad baila a otro ritmo.

En los últimos años la escena musical del *hiphop* en Medellín se ha consolidado al acercar los proyectos grupales con las pequeñas utopías individuales y locales; además, las *líricas raperas*³ enuncian y denuncian los hechos cotidianos que hablan de la vida juvenil en la calle, el barrio, la ciudad. Así lo demuestra el gran número de producciones, video clips, conciertos y festivales que se convierten en la *crónica juvenil urbana*, gracias a la apropiación de unos medios de comunicación que visibilizan las culturas juveniles.

Esas expresiones juveniles alternativas confrontan una ciudad que restringe el ejercicio de lo público al ser planeada para el intercambio comercial y turístico; proyecto de ciudad que difícilmente respalda las propuestas culturales que van a contracorriente de la creciente atmósfera autoritaria

y de guerra. A pesar de esa atmósfera urbana de Medellín, la ciudad está poblada de nuevos sonidos e, incluso, la música se constituya en la *comunicación Otra*.

Ante ese panorama, el *hiphop* se presenta como una de las diversas y complejas formas de agregación y organización, que desde el sentido popular juvenil resignifica y recrea la noción de *tribus urbanas, contraculturas y subculturas juveniles*⁴, categorías conceptuales que por varias décadas han hecho presencia en la ciudad y, al permear las lecturas sobre los jóvenes, han impedido comprender y abordar las culturas juveniles como espacios propios que gozan de una producción y *creación cultural alternativa* al confrontar las intervenciones público-privadas dirigidas a la juventud.

Entre culturas juveniles, tribus urbanas, subculturas o contraculturas, está en juego la valoración que se asigna a las producciones culturales juveniles; como lo expresa Rossana Reguillo “pensar a los jóvenes de manera relacional y como actores situados en un contexto complejo de instituciones, de relaciones, de quiebres y de poderes en continua disputa, implica evitar la subvaloración de sus expresiones y producciones, y para ello hay que evitar pensar a los jóvenes como sujetos que flotan desanclados del mundo social y situados en la margen”⁵.

El *hiphop* de Medellín se encuentra en una fase que podríamos enunciar de crecimiento y fortalecimiento; alcanza una apropiación y dominio de medios de comunicación que hace visibles sus tendencias o rasgos particulares. Gracias a ello, al identificar y analizar los enunciados que circulan en esos medios de comunicación tratamos de entender al *hiphop* como una cultura juvenil; ello implica, dejar a un lado la distinción tradicional que suele otorgarle una posición marginal y funcional a las formas de organización juvenil que no responden a la estructura tradicional planteada por la iglesia, la escuela, la comunidad, referidas a grupos, clubes y organizaciones juveniles. Es claro entonces que los grupos de *breakdance*⁶, *rap o mc's*⁷, *deeJay*⁸ y *graffiti*⁹ se reconocen como expresiones juveniles, cuentan con una larga trayectoria en la ciudad y logran producciones culturales propias y bien elaboradas.

Si revisamos las expresiones musicales de la década del 90, encontramos que en 1994 se empieza a construir un movimiento de articulación y proyección social denominado *Poder Hiphop*. A partir de ese movimiento y, sobretodo, de las expresiones disidentes surgen las nuevas agrupaciones *hoppers* que reconfiguran el mapa urbano del *hiphop* en Medellín. Sus espacios de expresión y visibilidad se trasladan a los rincones de los parches barriales, las fiestas cerradas, y además, se posicionan los primeros estudios caseros para grabar y producir pistas *raperas*.

Después de la división del movimiento *PodeiHiphop*, hasta la fecha han aparecido nuevos grupos de *break dance, rap y graffiti*, expresiones y producciones que ahora son visibles en la ciudad de Medellín y enuncian la diversidad de grupos y la cualificación del estilo. Una expresión significativa en la cultura *hiphop* es la aparición a finales de la década del noventa de los primeros de *iotas (Di's) DJ Giova, DJ Luigi*, jóvenes que crean música, aunque no propiamente en la escena del *turntablin*, pero sí con su *Denom*; esta nueva expresión es difundida en el programa Veracruz Estéreo por “El Gringo”, bailarín y reconocido líder del *Klan Black Heart*.

Algunos de los grupos de *rap* y *break* creados en los primeros años de los noventa todavía se mantienen, cuentan con producciones musicales y reconocimiento. Se destacan: La *Clika UDN*, *Tribu Oferta*, *KY4*, *Las Plagas*, *Sixta Inkamista*, *Los Atómicos*, *Rulaz Plazko*, *Caña Brava*, *Mary Mellen*, *Los Bélicos*, *La Alizanza*, *Sociedad FB*; otros grupos desaparecieron o se transformaron. Algunos dejaron el *hiphop* y pasaron a ser funcionales a la industria cultural que fabricó el *Merengue Hiphop*. Esa hibridación musical permite afirmar que la escena *hopper* en la ciudad es diversa, pues por una parte está su riqueza y versatilidad de estilos, y por otra parte hay una continuidad en las propuestas que nacieron en la década del 90; su continuidad responde a la presencia continua en la *cultura hiphop* donde muchos de sus representantes han elegido el *hiphop* como *proyecto de vida*.

2. Hiphop: sus propuestas comunicativas alternativas... marginales

Para comenzar, es necesario aclarar los conceptos comunicación alternativa y comunicación marginal con el fin de precisarlos y delimitarlos en el siguiente análisis. La comunicación marginal se presenta “en los grupos que sufren de aislamiento o exclusión en los demás ámbitos de la sociedad, y que por lo tanto son desconocidos en sus problemas y necesidades por la información que circula por los medios masivos. Pero esto no es la comunicación alternativa, sino comunicación interna, que funciona *sólo* (...) para los grupos marginados (...) porque la información que se pone en circulación interesa a los miembros del grupo nada más”¹⁰.

Por otro lado, la comunicación alternativa puede definirse como “la utilización de herramientas básicas para fortalecer la circulación de información en un grupo determinado, mejorando o superando los efectos que producen los medios masivos. Esto quiere decir que la comunicación alternativa no sólo se ocupa de los problemas internos de un grupo, sino que puede trabajar cualquier información de actualidad desde la perspectiva que interesa a los miembros de la comunidad que participan en ella”¹¹.

La comunicación alternativa tiene como finalidades: ampliar la información que no se desarrolla suficientemente en los medios masivos, propiciar debates o discusiones en la comunidad en torno a temas que interesen al común de las personas, servir de herramienta educativa y de capacitación, divulgar información diaria y la generar y apoyar campañas de concienciación y acción.

Al relacionar los objetivos e intenciones de la comunicación marginal y la comunicación alternativa, vemos como ambas propuestas comunicativas confrontan a los medios masivos, y sus estrategias básicas, al vincular proyectos de cambio social, dando cuenta de una relación complementaria entre una y otra forma de comunicación; con ello lo logra superar el círculo cerrado y unilateral de los medios masivos.

Resaltamos, entonces, como rasgos significativos de los procesos comunicativos marginales o alternativos “la construcción, interpretación y búsqueda de la acción social concreta”¹² así como, el

alto grado de participación determinado por la “posibilidad de acceso a la producción y circulación de mensajes (...) y también la posibilidad¹³ desde autogobierno y autogestión políticas” reflejadas en su nivel de autonomía en la toma de decisiones.

La participación, entendida como acción social concreta, es, entonces, un rasgo característico de la Comunicación alternativa que, a su vez, aporta a la constitución de una dimensión democrática, basada en la voz movilizadora que busca un proceso transformador del entorno social inmediato. Con el fin de esclarecer el concepto de participación veamos a través de Miguel de Moragas¹⁴ dos tipos de participación provocadas por los procesos comunicativos:

- a) La participación simbólica, donde se plantea la sustitución de acción, pues no se produce una relación entre la información recibida y la práctica social implicada; este es el lugar de la creación de espectáculo, la contemplación del significante y su fascinación referencial; y,
- b) La participación efectiva, que se establece cuando se está en contacto con la información del entorno inmediato que se convertirá en instrumento de participación política; es el lugar de la actuación de acción, pues se establece una participación efectiva de los individuos, a partir de la utilización práctica de la información en causas concretas, cercanas a los problemas comunales que determinan, finalmente, la reivindicación política y social.

Entre esas dos formas de participación en el *hiphop*, hay que diferenciar un nivel de participación de los jóvenes dispuestos al consumo, donde su participación no implica apropiación, producción y creación musical, sino que está relacionada con el espectáculo y el esparcimiento. En el otro nivel se encuentran los jóvenes que hacen del *hiphop* un proyecto de vida, su *actuación es acción*; se entiende entonces que su participación comunicativa no se limita a la recepción y disfrute, para ser, en cambio, una comunicación alternativa que genera acción social inmediata.

Los y las jóvenes vinculados al *hiphop* como proyecto de vida realizan una depuración de sí, entendida como “la capacidad del sujeto contemporáneo no sólo de liberarse, sino también de crearse, y en ese proceso, definir prácticas de libertad, es decir, formas no formales de existencia”¹⁵ al tratar de inventar modos de ser todavía improbables; reconocemos entonces al *hopper* como un sujeto que asume su devenir y, por tanto, se acepta a sí mismo bajo el flujo de los momentos presentes y cambiantes, un ser que asume su singularidad juvenil frente a “un mundo consagrado al rendimiento y a la especialización, que no vela por la multiplicidad, en un mundo que prohíbe cada vez más la metamorfosis, pues la considera contraria al objetivo único y universal de la producción, parece justamente un hecho de capital importancia el que hay gente dispuesta a continuar practicando, a pesar de él, este preciado don de la metamorfosis”¹⁶.

Esa capacidad de metamorfosis se vincula a una acción de resistencia en espacios adversos y violentos, ambientes donde crece el *hopper* y, ante ellos, abrazar el *hiphop* como proyecto de vida se convierte en la opción pacífica de resistencia a la lógica de la guerra urbana. Afirmamos entonces

que el *hiphop* es una opción que transforma las adversidades presentes en el entorno, vivencias que son más fuertes en un joven en transición que habita las “comunidades populares de Medellín”. Esta afirmación se corrobora en la respuesta de un *rapero* a la pregunta: ¿Qué sensaciones acompañan al joven de 13 años en el barrio? El Paisa nos dice:

Hay en el barrio una incertidumbre total, expectativa, tristeza, depresión, los jóvenes son inocentes y cuando ven el mundo de locos en que estamos metidos... Pienso que todos tienen una gran expectativa: bueno entonces ¿yo qué voy a hacer? Hay seres tan agresivos. ¿Yo qué papel voy a jugar? Aparece mucha tristeza y de presión por las situaciones de las familias, eso nos lleva a la calle a buscar el bienestar del que habla la sociedad, todo esto se convierte en potencia y agresividad que se necesitan para enfrentar el mundo. Estás triste, tu familia no tiene comida, no tenés tenis, el miedo y la incertidumbre te hacen actuar¹⁷.

El *hiphop* de Medellín posee otro elemento que lo convierte en *cultura juvenil*. Se trata de la *continuidad*, el *hopper* afirma: “Soy *hiphop* todos los días... no es una cosa de esas donde a veces sí, a veces no”. En ese sentido, entre ellos mismos reconocen sus integrantes y su trayectoria, se sabe quién permanece en el *hiphop* y quién lo ha abandonado. Es posible hablar de una *comunidad hopper* en la ciudad de Medellín que se encuentra y reconoce en los medios alternativos los medios apropiados, reconfigurados y resignificados por los y las jóvenes *hoppers*.

Otra característica propia del *hoppers* es la depuración de sus cuatro elementos culturales. Situación que hace evidente en la *cultura hiphop* como proyecto vital, pues la vinculación del *hoppers* a ese estilo no obedece a condiciones provisionales, efímeras e inestables. Si bien se reconoce un proceso de mediación cultural juvenil supeditado a los medios masivos de comunicación (cine, vídeo, emisora, concierto...), lo cual genera un consumo masivo, también es necesario resaltar que el *hopper*, inmerso en su cultura, realiza un trabajo constante de propuesta grupal y personal, tratando de encontrar un estilo original; si bien la mediación cultural comienza por imitación, para alcanzar un estilo propio, debe pasar por la creación personal y grupal. El grupo Sociedad FB7 muestra cómo transcurre la dinámica de creación propia:

Cuando entran los instrumentos cambia el estilo hip hop, el hip hop se vuelve más melódico, se supera la pista, la pista encasilla, no se puede voltear el coro, para un concierto implica hacer varias versiones de una sola pista, por eso no se puede renovar, no aparece el arte. Cuando comenzamos a experimentar con instrumentos, se nos facilitó la creación colectiva porque nos reuníamos en un ensayo y decíamos queremos esto y el baterista decía puedo hacer este y así se involucra el guitarrista, el pianista.

En vivo hacíamos muchas cosas porque pegábamos muchos temas o empezábamos con una canción y terminábamos con esa misma, nos decían que sonaba muy bien pero faltaba el peso habitual sonido del hip hop, la batería, el bombo, el bajo fuerte,

y no sabíamos si comprar mejores equipos o cambiarnos a lo electrónico y nos cambiamos a la producción digital analógica, porque ya estábamos buscando otro sonido, más fuerte, melódico, que tuviera las guitarras, los pianos, los coros, y que tuviera, el bombo y bajo bien pesado.

En un concierto en el Teatro Camilo Torres de la Universidad de Antioquia [...], evidenciamos la transición del grupo en vivo, nos preguntábamos ¿cómo hacer que sonáramos más fuerte? Empezamos a incorporar pistas digitales debajo de la batería acústica; era muy teso porque era una pista básica, batería, bajo y encima tocaban todos los músicos y ellos sí le metían de todo; entonces sonaba muy pesado, pero limitaba porque no se podía improvisar, entonces una tarde alegamos cómo hacer; una opción era comprarme computador, [...] hasta que Lupa cogió el equipo y en cuestión de cuatro días ya tenía tres canciones y entonces eso nos cambió el sonido y nos gustó¹⁸.

Si bien el *hiphop* como género musical es foráneo e ingresa a Medellín a través de consumos culturales con los cuales se realiza una importante labor de difusión y posicionamiento de este género en la ciudad, su trayectoria y continuidad responden a dinámicas de apropiación de los jóvenes que alcanzan la creación de estilos propios, que al mismo tiempo transforman la *cultura hiphop* foránea y local.

Se reitera que la *cultura juvenil hiphop* puede proponerse como una *cultura alternativa* al ofrecer una producción cultural propia, diferente y creativa. Si bien recibe los elementos estéticos del *hip hop* global, ellos son desarrollados y recreados en el contexto local. Además, como *cultura alternativa* presenta mecanismos de resistencia y de confrontación a la cultura dominante, pues cuestiona los procesos de homogeneización del mundo adulto y desde el lugar de la resistencia no desea institucionalizarse. “Los *hoppers* usan el arte del *hiphop* para expresarse ellos mismos y desafiar la sociedad [...]. La música, el arte, el baile son elementos de la *cultura hip hop* que evidencian y definen quiénes somos y adonde vamos¹⁹.”

3. Portal Subterranos.net de Colombia

Aunque son pocas las propuestas comunicativas independientes, se resalta la sostenibilidad y protagonismo de la página web “Subterráneos”; es uno de los pocos portales especializados en Colombia y Sur América, permite a los grupos y procesos relacionados con él Hip Hop proyectarse y constituir redes. Se ha logrado mantener, guiado por la autogestión y la independencia. Subterráneos *linkea* las escenas de otros países, cuenta con corresponsales y ha logrado ganar premios en Colombia: en septiembre de 2004 recibió el reconocimiento como una de las mejores páginas del país.

Este portal nos demuestre cómo Internet abre otras vías de acceso a la información y, además, a otras formas de organización y de comunicación alternativa; mientras su uso esté cifrado por el libre

acceso, es posible pensar que el portal Subterranos.net se constituya en un espacio público eficaz para construir respuestas colectivas a los asuntos de bien común, tanto juveniles como urbanos.

Una primera evidencia de propuesta alternativa de comunicación en la página www.subterranos.net es que, a través de este portal, jóvenes de todas las ciudades de Colombia interesados en el *hiphop* pueden acceder de manera fácil a una gran cantidad de información acerca de esta cultura; además, pueden interactuar e intercambiar información, que supera la recepción de información al conformar foros de discusión y textos reflexivos y críticos sobre el estado y la dinámica del *hiphop* en Medellín en relación con el mundo.

El portal Subterranos.net brinda la posibilidad de intercambiar experiencias, participar de las convocatorias musicales, informarse de los eventos de *hiphop* y, para aquellos que aún no están del todo inmersos en la cultura, está la sección Educación *Hiphop* que enseña el pensamiento *Hiphop*, sus orígenes, eventos, evolución y de gran importancia para nuestra investigación, la proyección social del movimiento que intenta trascender esa barrera de la marginalidad para convertirse en una propuesta de comunicación alternativa, al posibilitar nuevas formas de estar juntos y nuevas formas de convocatoria pública.

Subterráneos, entendido como medio marginal, logra desarrollarse paralelo al mundo homogeneizado y trata, por oposición, de estar en el *submundo* creando códigos y espacios comunes sólo a los miembros del grupo, aunque abre el espacio a una comunidad menos restringida, sin perder su acentuación de condición marginal²⁰.

No obstante, el intento de la sección Educación *hiphop* se acerca de alguna manera a lo que busca la alternatividad, al tratarse de una herramienta educativa que logra trascender el límite que puede llegar a constituir la comunicación grupal en las propuestas de comunicación alternativa. En esta sección es posible instruirse sobre el mundo *hiphop* en Latinoamérica y en el país, a partir de artículos que, en algunos casos, releen el mundo desde el punto de vista particular del *hopper* con un destinatario final que es el mismo *hopper*. Es igualmente evidente su propuesta de reivindicación política y social en los mensajes divulgados en la página que invitan a los jóvenes a interesarse más por la *cultura Hiphop* y a vivirla como una verdadero *hopper*.

Muchas personas dicen ser hoppers, amarei movimiento, seguirlo, ser reales, e incluso intentan crear nuevos medios de difusión vendiendo su nombre, hablar de hiphop en conciertos sin saber qué es, en fin, muchas de estas personas están por todos lados, culturízate, educáte²¹.

Así mismo encontramos características de autogestión y apoyo grupal que reivindican a la *Cultura Hiphop* como independiente, autónoma, y ajena a los mecanismos de financiación tradicionales de la cultura dominante, en la posibilidad de acceso a las nuevas producciones de las agrupaciones colombianas de *hiphop* a través del portal, así como en la alternativa de tienda virtual que ofrece subterráneos a los visitantes “La idea de la tienda es que el movimiento rapero pueda comprar o vender libremente cualquier producto” a través de la página web²².

La página www.subterranos.net nos demuestra cómo “Internet permite la articulación de proyectos alternativos locales mediante propuestas globales, que acaban aterrizando en algún lugar, pero que se establecen, se organizan y se desarrollan a partir de la conexión global que permite Internet”²³.

4. Creación de 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.*²⁴

Entre las experiencias comunicativas independientes se ha resaltado la acción de la página www.subterranos.com. Veamos ahora otras propuestas. Doxa, es la única revista autogestionada especializada en la *cultura hiphop* de Medellín, cuenta con 6 ediciones, es una revista encargada de entrevistar a los grupos para promocionar sus producciones; tiene distribución en Bogotá.

En 1998 se lanzó PIFE; por ser la primera revista local se tenían muchas expectativas; desafortunadamente desapareció. Una de las dificultades del Hip Hop local es que no se ha reflexionado ni escrito mucho sobre la escena, no se han producido *fanzines*²⁵ medio que han trabajado mucho otros géneros musicales como el *punk, metal, ska*, entre otros

Quizás estamos ante los años más prolíficos y a la vez contradictorios de la *Cultura hiphop* en Colombia; por un lado siguen presentándose las dificultades para proyectar las expresiones del *hiphop* en el ámbito de lo que Néstor García Canclini denomina masivo; por el contrario, se presenta con rasgos marginales y de lo que el mismo autor plantea como popular²⁶. Pensamos que estas categorías no se excluyen, pueden lograr complementariedad, más aún si hablamos de que la industria cultural y los *mass media* actualmente y desde hace varios años ven en el Hip Hop el botín y la cultura a explotar, cooptando sus discursos y devolviendo comerciales y productos desprovistos de su sentido inicial.

Como expresión de estas contradicciones se presentan en la ciudad de Medellín una gran variedad de producciones discográficas que, a partir de 1997 hasta la fecha, nutren las estanterías de los pocos almacenes que las 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 hiphop* de Medellín se ha enriquecido con múltiples estilos y sonoridades, permitiendo hablar de cerca de 111 producciones de carácter independiente y autogestionadas, entre “demos” y discos en CD, algo imposible de pensar en 1999, cuando apenas inician los primeros estudios caseros para producir “demos”. Se trata de producciones musicales autogestionadas, 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 que no alcanza a incluir y reconocer las propuestas alternativas de expresión y comunicación juvenil urbanas.

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, en promedio, de más de 3 millones de copias vendidas. En Puerto Rico, por ejemplo, antes de que el *reguetón* 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 baja cifra de 1000 copias si se comparan con las ventas de grupos extranjeros; así lo afirman los mismos grupos y las tiendas y lo confirman conversaciones sostenidas con la empresa colombiana que más ha prensado discos de *rap*, *Cd Systems*, que 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 *hiphop*, 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 en Estados Unidos los centros a conquistar, 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 *hiphop*.

Las producciones musicales reseñadas a continuación recorren la *cultura hiphop* de Medellín. Esa recopilación reviste importancia social, cultural y política en tanto es el testimonio de las juventudes urbanas que se expresan a través de sus prácticas musicales, como son: sus líricas que expresan el contexto de barrio y, con sus *rápeos* que se constituyen en crónicas urbanas que dan cuenta de un momento histórico complejo y diverso.

Quizás los principales aportes estéticos, políticos y éticos que encontramos desde una lectura inicial al cuadro Producciones locales autogestionadas de Rap en Medellín, tienen que ver con la independencia, autogestión y riqueza de los contenidos; la creciente producción por año es señal de

las capacidades creativas juveniles, esbozos de una lucha por constituirse en sujetos protagonistas de su historia, con un compromiso esperanzador en tanto productores de bienes simbólicos, una generación de jóvenes que deja huella en un entorno que los niega y, por tanto, los invisibiliza.

Se plantea, entonces, un desafío para las investigaciones en juventud y es hacer análisis y lecturas diversas que permitan identificar, visibilizar y, como resultado máspreciado, comprender los lenguajes y discursos juveniles que habitan en todo el conjunto de las producciones.

Cuadro. Producciones locales autogestionadas independientes de Rap en Medellín.

Número de producción	Grupo o Artista	Nombre del Disco	Año	Productora o Sello	Formato	Total producción anual
1.	El Círculo	Lírica Circular	1997	Don Patriniano Records	Cásete	2
2.	Caos	Vida de Barrio	1997	Discos Fuentes	Cd Prensado	
3.	Rulaz Plazko	Nación Sub	1998	Alcahuetas Recoraz	Cd Prensado	4
4.	Alianza NRP	Colombianos de Barrio	1998	Alianza	Cd Prensado	
5.	Tribu XIII	Tribu XIII Del Gran Rey	1998	RCG Producciones	Trabajo sin prensar	
6.	Sixta Inkamista	Civilización Perdida	1998	Discos Fuentes	Cd Prensado	
7.	Tribu Omerta	Homenaje	1999	Alcahuetas Recoraz	CdDemo	5
8.	Tribu XIII	Id Y Haced 28—19	1999	RCG Producciones	Trabajo sin prensar	
9.	Zorra	Climax	1999	Colillas Neuras y Alcahuetas Recorras	Cd Prensado	
10.	Chuntzu Santana	Coplas Baratas	1999	Alcahuetas Recoraz	Trabajo sin prensar	
11.	Sociedad FB7 y Laberinto	Esfera Azul	1999	ELC Records y González Records	Demo en formato caset	
12.	Cool Young	Déjate Llevar	2000	Jardín Cósmico y Cool Young	Cd Prensado	7
13.	Las Plagas "PLG Organización.	Vida Dura	2000	K Music	Cd Prensado	
14.	Centuria	MC's	2000	JJ producciones	Cd demo	
15.	Mulataje: Mulatos y Malevos	Empeliculados en la Escena Medellinense	2000	Brutal Demencia Discos GBC Peliculeras Producciones	Cd Demo	
16.	Los Profetas	Sobre Todo Nombre II	2000	RCG Producciones	Trabajo sin prensar	
17.	Tribu XIII	El Siloh	2000	RCG Producciones	Trabajo sin prensar	
18.	RH Clandestino	No te Rías	2000	K Music	Cd Prensado	

Número de producción	Grupo o Artista	Nombre del Disco	Año	Productora o Sello	Formato	Total producción anual
19.	Tribu XIII	Saluciones	2001	RCG Producciones	Cd demo	12
20.	Qohelet	Demostración	2001	RCG Producciones	Cddemo	
21.	Keirus	A Mi Nación	2001	RCG Producciones	Cd demo	
22.	MadRed	Smoke MC's	2001	J Smith Productions	Cd demo	
23.	Compilado de varios MC'sg	Ghetto Records	2001	Ghetto Records	Cd Demo	
24.	Sixta Inkamista	Indakoalla	2001	Sixta Inkamista Producciones	Cd Prensado	
25.	Rulaz Plazko	Terrorismo Sónico	2001	Alkahuetaz Recoraz	Cd Prensado	
26.	Ceda El Paso	Calma y Espera	2001	K Music	Cd Prensado	
27.	Tribu Omerta	Camaján	2001	Camaján Club	Cd Prensado	
28.	Zorra	180 Grados	2001	Colillas Neuras	Cd Prensado	
29.	Son Nativo y Fichas Claves	Uniendo Las Fichas	2001	El Rey Madero	Cd Prensado	
30.	Laberinto	En Las Calles	2001	ELC Records	Cd Demo	
31.	Escuadrón Código Cero	En La Lucha	2002	Alcahuetas Recoraz	Cd Prensado	13
32.	Rural Zona	Genero Táctico	2002	Laboratorio Estudio	Cd Prensado	
33.	KY4	La Calle 4 Preludio Volumen 1	2002	Clika Und	Trabajo en caset y Cd sin prensar	
34.	Cuartas	Lamentaciones	2002	RCG producciones	Trabajo sin prensar	
35.	Rextaxfinaxtarapa	La Desolación De La Granada	2002	RCG producciones	Trabajo sin prensar	
36.	El Amarillo	Audio Indeleble	2002	K Music	Cd prensado	
37.	Jesús y Pablo	Medellín Colombia	2002	Clika Und	Cd demo	
38.	Conspiración, Lika, Tio y Tes	Conspiración	2002	Laboratorio Estudio	Cd demo	
39.	Sociedad Fb7	No Puedo Vivir	2002	Fb7 Estudio	Cd Demo	
40.	Sindicato Urbano de la PLG Organización.	Autoridad Callejera	2002	PLG Organización	Cd larga duración sin prensar	
41.	Lírica Social	Poesía	2002	Blow Records	Cd demo	
42.	Wolfine	Estoy Harto	2002	K Music	Cd Doble Prensado	
43.	RH Clandestino	Ke Vivencias	2002	K Music	Cd Doble Prensado	
44.	Alianza Galáctica	Frecuencia	2003	Luna Planeta Roja	Cd Prensado	17
45.	Chonta de Tribu Omerta	Dolor	2003	Camaján Club	Cd Prensado	
46.	BSC	Que se Vayan Todos	2003	FB7 Estudio y BSC	Cd demo	
47.	Land Lords	Crímen no Paga	2003	FB7 Estudios	Cd demo	

Número de producción	Grupo o Artista	Nombre del Disco	Año	Productora o Sello	Formato	Total producción anual
48.	Rebelius: "El Hermano"	Colombian Gold	2003	K Music, Rebelent	Cd Demo	
49.	Certerus	Hasta que dios quiera	2003	Vanguardia	Cd prensado	
50.	Ultrájala	Ceda La Dosis 1	2003	K Music	Cd Demo	
51.	Caña Brava	Campo de Batalla	2003	Rey Madero y K Music	Cd larga duración sin prensar	
52.	Blahfory	Obra Negra	2003	K Music y Camanjan Club	Cd larga duración sin prensar	
53.	Las Plagas "PLG Organización"	Maldad Innata	2003	K Music	Cd Prensado	
54.	Dres	Crónicas de respeto	2003	RCG Producciones y Can Records	Cd prensado	
55.	Freeman	Rey o Mendigo	2003	RCG Producciones	Cd demo	
56.	Terroristas Rimas	Jaqueta	2003	RCG Producciones	Cd larga duración sin prensar	
57.	Mala Maña	Del Espacio Al Pergamino	2003	RCG Producciones	Cd demo	
58.	Keirus	Kontratake	2003	Neutro Records	Cd Prensado	
59.	Laberinto	Área 64	2003	ELC Records	Cd Demo	
60.	MC Kno	Cuantos Lo Sienten	2003	Fb7 Estudio ELC Records	Cd Demo	
61.	Pergaminos Zagales	Bestia Humana	2004	Pergaminos Zagales	Trabajo larga duración sin prensar	28
62.	Sello Sanesta	Natural Flora	2004	Q—EN—K	Cd Prensado	
63.	Sociedad FB7	En Medio de la Guerra	2004	Fb7 Estudio	Cd prensado	
64.	WAC	Loque Esperábamos	2004	Laboratorio Estudio	Trabajo larga duración sin prensar	
65.	Mery Hellen	Obra del Tiempo	2004	K Music y Los Nandez (EEUU)	Cd prensado	
66.	Recopilación Bryan, Blahfory, Plagas,	Lo Mío	2004	Lo Mío	Cd prensado	
67.	RH Clandestino	Payaso	2004	K Music	Cd Prensado	
68.	Tony P de la Tribu Omerta	Apuestas Abiertas	2004	Camaján Club	Cd Prensado	
69.	Sonata Crew	De la ética a la Básica	2004	ELC Records Camaján Club	Cd Demo	•
70.	Bellavista Social Club	Camino al Barrio	2004	The Barrio	Cd prensado	
71.	Judio y Freeman	Antiguo y Nuevo Pacto	2004	RCG Producciones	Disco larga duración sin prensar	
72.	DJ Luigi	Golpeando Fuerte	2004	Golpe Certero Records	Cd Prensado	
73.	Versus	A Prueba de Coraje	2004	Neutro Records	Cd Prensado	
74.	Compilado	Detrás del Micro	2004	Extraños Dilemas	Cd Demo	
75.	Doble HH	Mafia Revolución	2004	Doble HH Records	Disco larga duración sin prensar	

Número de producción	Grupo o Artista	Nombre del Disco	Año	Productora o Sello	Formato	Total producción anual
76.	Mecum Porto	Llevo Lo Mío Conmigo	2004	RCG producciones	Cd demo	
77.	Mata El Profeta	Tras Las Palabras	2004	RCG producciones	Cd demo	
78.	Kiño	Kiño Parchao	2004	K Music	Cd prensado	
79.	Poetas Family	Nueva Tendencia	2004	Fb7 Estudio	Cd demo	
80.	El Archivo y otros artistas	A pesar de la Adiversidad	2004	Korral Records y Raikas producciones	Cd demo	
81.	Napezz	Dilatado	2004	Napezz Produce	Cd Demo	
82.	Zorra	Resistiendo	2004	Colillas Neuras	Cd Prensado	
83.	Compilado de varios MC's	Lo Mío	2004	Lo Mío Records	Cd prensado	
84.	Omnia, Mecum, Porto	Llevo Lo Mío Conmigo	2004	RCG producciones	Cd demo	
85.	Judio	Serpiente de Escamas Negras	2004	RCG producciones	Cd Prensado	
86.	Dequess	Pluma Apuñalante	2004	RCG producciones	Cd demo	
87.	Dres	Segundo Impacto	2004	RCG producciones	Cd larga duración sin prensar	
88.	Libre Calibre	La Vida Te Enseña	2005	RCG producciones	Cd demo	24
89.	Dres	Replikas	2005	RCG producciones	Cd larga duración sin prensar	
90.	Lenguaje Hispano	Homenaje a Mi Lenguaje	2005	Lenguaje Hispano	Cd Demo	
91.	Son Nativo	Cuando los esferas sangran	2005	Natural Estudio	Cd larga duración sin prensar	
92.	5 Letras	Quieran o No Quieran	2005	Napezz Produce	Cd demo	
93.	Ultrájala	Ceda La Dosis 2	2005	K Music	Cd Prensado	
94.	Napezz y El Parcerero del Popular Número 8	Cuentos en Parlache	2005	Napezz Produce	Cd de cuentos musicalizados con Rap	
95.	MC Kno	Honor a mi lenguaje	2005	Fb7 Estudio ELC Records The Barrio República UND	Cd Prensado	
96.	Sindicato Urbano de la PLG Organización	Guerra Urbana	2005	Los Nandez y K Music	Cd Prensado	
97.	El Violente de la Tribu Omerta	Abriendo los Ojos	2005	Camaján Club	Cd Prensado	
98.	Caña Brava	Delincuencia Común	2005	K Music	Disco en proceso para ser prensado.	
99.	Ceda El Paso	Trabajo de Calle	2005	K Music	Disco en proceso para ser prensado.	
100.	Tejemanajes	Tragedia y Comedia	2005	K Music	Disco en proceso para ser prensado.	
101.	Narko Poetas	Colombia Underground	2005	Napezz Produce	Cd demo	
102.	Laberinto	A Mitad del Camino	2005	ELC Records	Disco en proceso para ser prensado.	

Número de producción	Grupo o Artista	Nombre del Disco	Año	Productora o Sello	Formato	Total producción anual
103.	More	Sigue La Luz	2005	Blow Records	Disco en proceso para ser prensado.	
104.	Cúpula Organización	Verdaderas Historias	2005	Escoria Records	Cd Prensado	
105.	Jontre	Enlazado	2005	Gato Records	Cd prensado	
106.	Complejo Asunto	Multipliquelo	2005	RCG Producciones	Cd demo	
107.	Cerebros Muertos	Cenizas, huesos y cráneos	2005	Cerebros producciones	Cd Presado	
108.	La fiera	Sin miedo a nada	2005	RCG producciones	Cd demo	
109.	Cuartas	En Colombia	2005	RCG producciones	Trabajo sin prensar	
110.	Los Tres	Crónico	2005	RCG producciones	Cd demo	
111.	Animación Verbal	Son Mis Honores	2005	RCG producciones	Cd demo	

Cuadro realizado por: Medina OXOC a través de correos de voz y encuentros en las Redes de autogestión y confianza del hip-hop Medellín (agosto de 2005).

Para dar cuenta de las relaciones entre las formas y tecnologías de producción hay que resaltar los siguientes aspectos:

- Un primer momento da cuenta de poco acceso a información, tecnología para producción musical, formación musical y capacitación para el manejo de equipos; por otro lado no existían estudios caseros de grabación de tipo semiprofesional. Como resultado, los primeros demos fueron grabados en cassette; la mayoría con intentos caseros que no pasaban a estudios de grabación. Los grupos se atrevían a usar equipos de sonido de doble casetera y algunos equipos de amplificación sencillos, como un *deck*, una consola de pocos canales y algunos micrófonos.

No existía el proceso de producción desde la grabación, mezcla y masterización al que para la fecha se ha llegado. Lo valioso de estos ejercicios es que lograron difundir las propuestas musicales, gracias a ellos se conocieron las canciones de muchos grupos y *mc's*. En este formato se destaca la primera y única producción del Círculo²⁷ quienes, además, lograron una producción que, para el momento, resultó innovadora por la calidad técnica, demostrada en el proceso de copiado profesional, el diseño gráfico que antes no se había usado en otras producciones en formato cassette, y la puesta en escena del grupo, que era orientada y bien trabajada. El cassette permitió tener una grabación casera que, ligada a su bajo costo, facilitaba una amplia distribución, reproducción y aceptación como material para audiciones en festivales o conciertos importantes.

- Un segundo momento se caracteriza por el interés que presentaron las empresas disqueras locales entre 1997 y 1998 para producir grupos de la ciudad; sólo dos grupos pasaron por esta experiencia que, por su especificidad, requiere de un análisis diferente.

- Otra característica fundamental es el surgimiento de los primeros estudios caseros de tipo semiprofesional, a los que hoy se les debe el gran número de producciones. Los clanes, grupos e individuos independientes emprendieron la tarea de consultar y adquirir equipos y *software*. Gracias a esos estudios y a las nuevas tecnologías, como el quemador de CD, permitieron que el cásete quedara atrás y los grupos mejoraran ostensiblemente su calidad artística y técnica al poder tener instrumentales, medianamente propias, grabadas en CD y con posibilidades asequibles para producir “demos”. Asistimos, entonces, a un tipo de producción que, con sus carencias y limitaciones, es más universal y completamente nuevo para la escena *hiphop* de Medellín.
- Un tercer aspecto a señalar de las producciones locales es su carácter independiente. En un altísimo porcentaje son producidas por los mismos grupos en estudios semiprofesionales, contruidos por autogestión y que, por demás, fortalecen la identidad colectiva y la capacidad organizativa de los grupos, teniendo como resultado la necesidad de especializarse en producción musical, distribución y creación de pequeños mercados, donde las redes locales empiezan a jugar un papel crucial.

Los discos propios e independientes permiten a los grupos ser gestores de la creación, en tanto se produce y distribuye de manera autónoma, teniendo como resultado sujetos y procesos grupales conscientes de sus bienes simbólicos y materiales, quienes difícilmente cederán a intereses externos y ajenos a sus fundamentos filosóficos. Si bien se requiere de una permanente contextualización, actualización y cualificación técnica y artística —que, por demás, es complicada para la escena de Medellín— son los grupos los que viven su propio proceso de creación, organización y proyección. Ahora, incluso, se asiste desde el 2003 a la emergencia de los primeros vídeo clips de *Hiphop*, a las primeras invitaciones internacionales y a la presencia continua en escenarios nacionales, donde los grupos locales son reconocidos.

Es necesario destacar la presencia de otros medios alternativos como *La Urbe*, *Musinet*, *Radio U*, *Hagalau*, *Antimilisonoro*, *Telemedellín* que, sumados a los medios marginales www.subterranos.net y *Doxa*, son los medios de comunicación alternativos que difunden las producciones locales de Rap y rotan con cierta frecuencia los video clips, los cuales, aunque son pocos, empezaron a producirse para enriquecer la escena.

Es posible hablar en la ciudad de Medellín y en el Valle de Aburra de 220 grupos de *hiphop*, una cifra muy considerable para una ciudad que no cuenta con los escenarios propicios para proyectar y esta cultura. Son muy pocos los festivales a gran escala que se realizan; lamentablemente quedó en el recuerdo el Primer Festival de *hiphop* 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 *hiphop* en su organización, generó por varios días en la ciudad una atmósfera musical alternativa. 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 7 grandes conciertos presentaron a más de 100 grupos locales y unos pocos nacionales en eventos realizados cada dos meses.

Desde el 2002 la ciudad no cuenta con festivales o iniciativas a gran escala para difundir el *hiphop* local, excepto por los dos Festivales de *hiphop* realizados en la Comuna 13 y el *Primer Festival de Hip-hop* Internacional realizado en mayo de 2004 por la Alianza Francesa. Las instituciones privadas y municipales no se interesan por realizar festivales y procesos formativos para dar a conocer las producciones locales. Tendríamos que decir que también los grupos y participantes de esta cultura no se preparan como gestores que desarrollen proyectos para lograr la cooperación nacional, local e internacional, posibilitando así la gestión y continuidad de los proyectos para el fortalecimiento del *hiphop*. Si no fuera por estas pocas iniciativas y el Festival nacional de *hiphop* de Bogotá —donde sólo participa un grupo antioqueño como invitado cada año— el *hiphop* local no se conocería.

5. El espacio público, escenario de comunicación para el Hiphop

Observamos diversos colectivos y agregaciones juveniles que tienen como escenarios el espacio público (calle, esquina, parque, canchas) los que se configuran como espacios de socialización de jóvenes y para jóvenes y, en muchas ocasiones, para el intercambio generacional. En esos espacios el *hopper* desarrolla vínculos emocionales y de pertenencia, toma conciencia sobre su entorno y las problemáticas sociales; por eso afirmamos que el *hopper*, al observar su entorno y resignificarlo a través de su producción cultural, logra convertirse en un vocero de la exclusión y la desigualdad social y contra la guerra.

Ese espacio público resignificado y reapropiado es el ámbito donde los y las Hoppers logran su reconocimiento, no sólo por la visibilidad de sus estilos (vestuario, expresión corporal, proxemia) sino también, a través de sus estéticas y construcciones discursivas, plasmadas en sus producciones culturales.

En la diferenciación y, quizás, en la separación entre el mundo adulto y el mundo joven el espacio público urbano, los *mass media* y las nuevas tecnologías de información le permiten al joven recrear y apropiarse para transformar —y en otros casos alejarse— de los espacios familiares, escolares y laborales, para construir un espacio propio, no regulado ni determinado por reglas preestablecidas.

Así, la calle, la esquina, el parque, *el zaping*, *los chats* y *las web* cobran nuevos significados: son lugares de encuentro de los y las jóvenes, lugares creados por ellos y regidos por sus propias normas, espacios donde la mirada del adulto no llega y, por tanto, tampoco alcanza su poder de control.

Acercándose a la vida cotidiana de las culturas juveniles, reconoceremos cómo el mundo *joven alternativo* “nace de la calle... la calle es su realidad... la calle es la escuela de la vida... la calle hay

que saberla ver... en la calle aprendo a ver²⁸ me, a autoestimarme...” . Esa vivencia de la calle se reitera en la cultura *hip hop*: “El *hiphop* se crea y produce en la calle (parques, patios, esquinas, parqueaderos y terrazas...) La calle es un universo en el que el *hopper* se pule, se hace conciente y crítico reflexivo frente a su realidad, canta, hace *graffiti*, *break dance* o música. La cultura se alimenta del vértigo, la dureza, la libertad y las historias de la calle”²⁹.

Además, las Culturas Juveniles Urbanas se hacen visibles en los espacios públicos y es allí donde se reconocen sus propuestas de gestión y de acción. La visibilización juvenil existente en el espacio público nos confirma la posibilidad que tienen los jóvenes de establecer territorios juveniles, y allí hay que darse a la tarea de intentar reconocer cuáles son las características y las especificidades del sujeto juvenil urbano que actúa en el espacio público. La pista para este reconocimiento la aportan, en primera instancia, aquellas estéticas que se tejen alrededor de las músicas juveniles: el vestuario, los escenarios de participación, elementos gráficos privilegiados por cada grupo, los lenguajes y diversas prácticas son referentes desde donde expresan las sensibilidades que se ligan a su elección identitaria.

Es en el espacio público donde se hace evidente el derecho a la *ciudadanía cultural*, que alude al derecho a la ciudadanía desde la diferencia. Allí, en el espacio público, hombres y mujeres jóvenes se hacen visibles, resisten e inauguran nuevos lugares de la participación social, tornándola pública y con dimensiones culturales,*nuevos lugares de enunciación, de comunicación e, incluso, nuevas nociones de identidad. El postulado de ciudadanía cultural invita a respetar y garantizar la diferencia, y con respecto a los jóvenes, implica reconocer los tiempos de formación de sus identidades y los espacios de creación de sus significaciones vitales.

EPÍLOGO

Comienzos...

Lo que motivó el comienzo fue que las vidas que presencio, no merecen el silencio
fue porque el hip hop apareció del amor entre poesía y ritmo
y por las aguas de ese río mi vida fluyó;

o fue porque en el gusto por competir no hay lugar para el cansancio,
qué se yo, pero sucedió.

Pasé de ser anónimo a ser casi famoso bajo mínimos y acaso eso os conmovió,
porque al parecer mi mano en contacto con un micrófono
me convirtió en pirómano y París ardió,
adiós París adiós, adiós emcees adiós
que usted vaya con Dios.

Y si baja por esas calles será mejor que le acompañen uno o dos.
Ay, señor, qué pesada es esta espada que desenvaino con sudor,
la soledad del príncipe sin reino, la soledad del hombre sin calor,

será que es porque ya no me peino, ni me preparo, ni visto raro,
ni uso perfumes caros cuando salgo en busca de amor,
soy el mismo chico educado, que con un Rap vulgar suena en tu radio cada día,
y que desde el extraradio ha conquistado a la más alta burguesía,
pero qué falla, soy yo en esa pantalla, soy yo en esa corla del paro,
comparo mi vida con la tirada de un dado, y sale cero y cero y cero,
yo solo espero ser más certero,
salir de este agujero en el que estoy atrapado,
soñador, aún duermo con Peter Pan a mi lado,
preguntándome si alguien ahí afuera entenderá a un tipo tan complicado
pero una extraña fuerza me persigue, me dice:
tú simplemente vive, tú simplemente escribe,
decide en tipo récord y olvida el rencor y recuerda lo que el viejo dijo:
“hijo: en lo que sea, pero el mejor”.

Nach.

Poesía Difusa³⁰

BIBLIOGRAFÍA

BENDEZÚ, Raúl. “Aproximación semiótica al discurso de la comunicación alternativa”. *En: Revista Contratexto*. No. 4. Universidad de Chile, (julio-diciembre de 1989). pp. 150-165.

CAVAZOS, Roger. “La cultura *hiphop* y el reto común”. *En: www.mes.com/idar*

CORPORACIÓN RED PAIS RURAL. “Medios alternativos de Comunicación”. *En: [http:// www.paisrural.org/radio/capitulo09.htm](http://www.paisrural.org/radio/capitulo09.htm)*

DUARTE, Claudio. *Juventudes populares*. 3ra Edición. Santiago de Chile: Editorial Tierra Nueva, 1998.

FEIXA POMPOLS, Caries. *De jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud*. Barcelona: Ariel, 1999.

GARCÉS MONTOYA, Ángela. *Nos-Otros los jóvenes. Pistas para su reconocimiento*. *Etr Revista Escribanía*. No 13. Universidad de Manizales, (julio-diciembre 2004). Pg. 30-42.

_____. *Nos-Otros los jóvenes. Polisemias de las culturas y los territorios musicales en Medellín*. Sello Editorial Universidad de Medellín, 2005.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. “El consumo cultural una propuesta teórica”. *En: El consumo cultural en América Latina*. Guillermo Sulkel (Coordinador). Convenio Andrés Bello, 1999, pp 26-49.

MARTÍN BARBERO, Jesús. “Comunicación y ciudad: sensibilidades, paradigmas, escenarios”. *En:*

GIRALDO, Fabio. (Compilador). *Pensar la ciudad*. Bogotá: (Ed.). Cultura Medios y Sociedad. Bogotá, Universidad Nacional. 1998.

MARGULLIS, Mario. *La cultura de la noche: la vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*. Argentina: Espasa Hoy, 1994.

MARÍN, Marta y MUÑOZ Germán. (2002) *Secretos de mutantes. Música y creación en las Culturas Juveniles*. Siglo del Hombre Editores, DIUC-Universidad Central, Bogotá.

MÉLICH, Joan-Caries. *Filosofía de la finitud*. Barcelona: Herder, 2002. pg. 53.

PEREA Restrepo, Carlos Mario. "Predicando mi mensaje. Testimonio rapero". En: *Revista de Análisis Político*. No. 37. Mayo-agosto, 1999 (pg. 91-109)

PORTILLO, Marcela. *El papel de los nuevos medios en relación con las formas emergentes de participación ciudadana*. En: *Revista Nómadas*. No. 21. Bogotá, Universidad Central-IESCO, octubre de 2004

REGUILLO, Rossana. *La gestión del futuro. Contextos y políticas de representación*. En: *Revista JÓVENes*. No. 15. (sep.- dic. 2001). pp. 6-25

_____. *Emergencia de Culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Bogotá: Norma. 2000.
www.subterranos.net

ENTREVISTAS

El Paisa. Rapero integrante del grupo Alianza GalatiK. Realizada en la Vereda Santa Helena (Medellín), 7 de mayo de 2003.

Lupa. Rapero del Grupo Sociedad FB7. Realizada en Barrio Kennedy (Medellín). Diciembre de 2003.

NOTAS

¹ **Hopper:** es el hombre o la mujer que se desenvuelve en cualquiera de los cuatro elementos de la Cultura Hiphop (*graffiti, rap, deeJay, b.boy*) promoviendo su integralidad. El hopper se compromete con actos creativos, organizativos y de gestión en su cultura; por ello el hopper se diferencia del consumidor de *hiphop*, personaje que se incorpora al mundo musical pero no se reconoce como productor y creador de la cultura *hiphop*. Los *hoppers* se diferencian y nombran al "otro" que no es *hopper* como "farándulo" y "casposo".

² BENDEZÚ, Raúl. "Aproximación semiótica al discurso de la comunicación alternativa". En: *Revista Contratexto*. No. 4. Universidad de Chile (julio diciembre de 1989). Pg. 154.

³ **Líricas:** producciones literarias de los *emeces o raperos*, son los escritos rimados; en las líricas se reconocen las capacidades reflexivas de un *emece*.

⁴ Cfr. MARGULLIS, Mario. 1994. FEIXA POMPOLS, Caries. 1999. DUARTE, Claudio. 1998. GARCÉS, Ángela. 2005.

- ⁵ REGUILLO, Rossana. La gestión del futuro. Contextos y políticas de representación. En: Revista JÓVENes. No. 15. (sep.-dic. 2001). Pg. 8.
- ⁶ **Breakdance:** junto al *deejay* se convierte en una de las primeras expresiones de la *cultura hiphop*; el *breakdance* fue el primer elemento del *hiphop* 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 que dotan esta danza de una diversidad y posibilidades para la invención de movimientos y pasos. Algunos de los estilos son: el *Oíd 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 *Brooklin rock*, *uprocking*, *locking*, *poping*, *Electric boogie* y *top rocking*.
- ⁷ **Mcing:** elemento constitutivo de la *Cultura Hiphop*, que encierra el *Rap* como género y música, implica la producción creativa de la escritura contextualizada que es llevada al canto denominado *rapeo*.
- ⁸ **Deejay o Dj:** es el elemento constitutivo de la *Cultura hiphop*, se confunde erróneamente con los *disc jockeys* de las emisoras. Sobre el *dejota* recae, entre otras, la creación musical del *hiphop*, cumple además con las funciones de productor musical y dinamiza las fiestas con nuevas creaciones y mezcla casando el *beat* apropiado en los vinilos, generando estados de ánimo. En los conciertos o *show de dejotas* enlaza los *beats* o bases musicales de *Rap*, con sus tornamesas maneja efectos como el *scratch* o arañado, los *samplers* o fragmentos de otras músicas. El conjunto de trucos o movimientos ejecutados hábilmente con los tornamesas es denominado *beat junglins*.
- ⁹ **Graffiti:** cuarto elemento de la *Cultura hiphop* caracterizado por su aporte estético de carácter gráfico y pictórico realizado en los muros públicos de las ciudades. Igual que los otros tres elementos del *Hiphop* se compone de varios estilos. Los más tradicionales son la pompa, el estilo salvaje, *el tres d*, los *tag* (especie de firma que caracteriza a cada *hopper*).
- ¹⁰ CORPORACIÓN RED PAÍS RURAL. “Medios alternativos de Comunicación”. En: <http://www.paisrural.org/radio/capitulo09.htm>
- ¹¹ Ibidem.
- ¹² BENDEZÚ, Raúl. Op. Cit. Pg. 151.
- ¹³ Ibíd. Pg. 154—155.
- ¹⁴ MORAGAS, Miguel. “Participación simbólica, participación efectiva”. 1982. Citado por Raúl Bendezú. Op. Cit. Pg. 156.
- ¹⁵ MARÍN, Marta y MUÑOZ, Germán. Secretos de mutantes: música y creación en las culturas juveniles. Bogotá: Siglo del Hombre Editores Universidad Central, 2002. P. 21.

- ¹⁶ MÉLICH, Joan-Caries. *Filosofía de la finitud*. Barcelona: Herder, 2002. pg. 53.
- ¹⁷ Entrevista a EL Paisa. Rapero integrante del grupo Alianza Galatik, Santa Helena (Medellín), 7 de mayo de 2003.
- ¹⁸ Entrevista a Lupa, integrante del grupo Sociedad FB7. El grupo cuenta con estudio casero donde crean sus propias producciones musicales y acompañan la producción de otros grupos.
- ¹⁹ CAVAZOS, Roger. La cultura *hiphop* y el reto común. En: www.mes.com/jdar
- ²⁰ Sin embargo, si analizamos algunos aspectos del medio se hace evidente aún su condición de marginalidad; para empezar pensemos en el nombre subterráneos. Según el diccionario, subterráneo significa que está debajo de la tierra; si contextualizamos esta definición en la cultura *Hiphop* encontramos que este nombre no es producto del azar. El sentido de *Subterráneos* se relaciona con los discursos de resistencia juvenil, en tanto es un buen ejemplo de apropiación, uso y difusión de un medio de comunicación, que a través de la autogestión y creación propia, logra oponerse a la estructura dominante de los medios masivos de comunicación; Subterráneos deja en evidencia que “lo alternativo no es definible a partir de la comunicación masiva”²³ y para reforzar su oposición trata de mantenerse en la marginalidad, y así evitar ser cooptado —o neutralizado— por la industria del consumo cultural.
- ²¹ www.subterraneos.net Sección Educación.
- ²² www.subterraneos.net Sección Tienda Virtual.
- ²³ PORTILLO, Marcela. “El papel de los nuevos medios en relación con las formas emergentes de participación ciudadana”. En: Revista Nómadas. No. 21. Bogotá, Universidad Central IESCO, octubre de 2004. pg. 115.
- ²⁴ Chuck D. *Fight the Power Rap, Racerand realitty*. New York, Delacorte Press, 1977. Citado por MARIN, Marta y Germán Muñoz. (2002) *Secretos de mutantes. Música y creación en las Culturas Juveniles*. Siglo del Hombre Editores, DIUC Universidad Central, Bogotá.
- ²⁵ Un *fanzine* es una publicación temática amateur realizada por aficionados y para aficionados, esa actividad no suele ir acompañado de intereses económicos, y al depender del tiempo y el esfuerzo desinteresado de sus creadores, no suelen durar mucho. Es posible que si el trabajo realizado es sobre un campo muy específico del que no hay respuesta oficial o competencia, pueda mantenerse cubriendo un hueco e incluso profesionalizarse. El desarrollo de los *fanzines* está ligado al de los medios de edición de bajo costo. Se debe a la reproducción a través de fotocopidora (que también han sido y son soportes para toda clase de folletos, pasquines y octavillas revolucionarias y contraculturales). Ver: <http://es.wikipedia.org/wiki/Fanzine>.
- ²⁶ Cfr. GARCÍACANCLINI, Nestor. “El consumo cultural una propuesta teórica”. En: SUNKEL, Guillermo. *El consumo cultural en América Latina*. Guillermo Sulkel (Coordinador). Convenio Andrés Bello, 1999, pp 26-49.
- ²⁷ Aparece de primero en el cuadro. El grupo El Circulo adoptó un estilo proveniente de Los Ángeles, California, y que para la época se denominaba *west o gansta*; con su cásete lograron una

proyección importante en la ciudad, participando en festivales masivos. El grupo se desintegró en 1999.

- ²⁸ PEREA Restrepo, Carlos Mario. "Predicando mi mensaje. Testimonio rapero". En: Revista de Análisis Político. No. 37. Mayo agosto, 1999. pg. 91-92.
- ²⁹ MARÍN, Marta y MUÑOZ Germán. (2002) Secretos de mutantes. Música y creación en las Culturas Juveniles. Siglo del Hombre Editores, DIUC Universidad Central, Bogotá. Pg. 141.
- ³⁰ Nach es un emece representante del Hip Hop español, ha editado dos discos. Su segundo trabajo es Poesía Difusa, lanzado en el 2003, que es reconocido como uno de los discos más importantes en español por la riqueza en el léxico, la escritura y su contenido en las líricas y en la música.