



## Juventud y comunicación Reflexiones sobre *prácticas comunicativas de resistencia* en la cultura *hip hop* de Medellín

La propuesta de pensar la relación *juventud y comunicación* hace parte de la investigación "Mediaciones musicales juveniles", donde se explora la producción cultural de los jóvenes, por medio de la apropiación de medios de comunicación alternativos. En este artículo se reconocen los desarrollos comunicativos en portales web y estudios de grabación, apropiados por las culturas juveniles, en especial el movimiento *hip hop* de Medellín. El movimiento *hip hop* es considerado un espacio de pertenencia y adscripción identitaria, que se fortalece al desarrollar lenguajes propios y, con ellos, logra ejercer su capacidad de ser agentes activos en la reformulación de su propia vida y de sus entornos inmediatos.

**Palabras clave:** culturas juveniles, comunicación alternativa, contracultura, movimiento *hip hop*.

**Descriptores:** Comunicación y cultura. Medios de comunicación alternativos. Movimiento artístico. Hip hop. Cultura popular.

**Recibido:** Octubre 28 de 2010

**Aceptado:** Febrero 4 de 2011

### Origen del artículo

La propuesta de pensar la relación juventud y comunicación hace parte de la investigación "Mediaciones musicales juveniles", proyecto financiado por la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad de Medellín y vinculado a la línea Comunicación y Culturas Juveniles, del grupo COMUNICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y POLÍTICA, clasificado en A1 en Colciencias.

## Youth And Communication Reflections on Communicative Practices of Resistance in Medellín's Hip Hop Culture

The idea of considering the relationship established between Youth and Communication springs from the research "Musical Youth Mediations" which explores youth cultural production via the appropriation of alternative media. In this paper, we acknowledge the communicative developments present in web portals and recording studios which have been appropriated by the young and their culture, particularly the hip hop movement in Medellín. We consider this movement is a space that allows for identity ascription and a feeling of belonging, facts which in turn are strengthened by the development of their own languages, and that they help the young in exercising their skills to become active agents in reshaping their lives and their immediate surroundings.

**Keywords:** youth culture, alternative communication, counterculture, hip hop movement

**Search tags:** Communication and culture. Alternative mass media. Art movement. Hip hop. Popular culture

**Submission date:** October 28<sup>th</sup>, 2010

**Acceptance date:** February 4<sup>th</sup>, 2011

# Juventud y comunicación

## Reflexiones sobre *prácticas comunicativas de resistencia* en la cultura *hip hop* de Medellín



### Introducción

Si damos una mirada retrospectiva sobre los enfoques investigativos en la relación juventud y comunicación, se constata que el interés académico

.....

\* **Ángela Garcés Montoya.** Colombiana. Historiadora y magíster en 'Estética: Culturas Urbanas Latinoamericanas', de la Universidad Nacional de Colombia. Autora del los libros *Devenir hombre/mujer. Paso de la Villa de la Candelaria a la Ciudad de Medellín* (2004), *Nos-Otros los jóvenes. Polisemias de los territorios musicales juveniles* (2005). *Las últimas publicaciones: Pensar la comunicación*, editora (2006). *Vigencia y prospectiva de la comunicación. Jóvenes, identidad y cultura* (2009). Actualmente, profesora asociada de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín; lidera la línea 'Comunicación y Culturas Juveniles', adscrita al grupo de investigación Comunicación, Organización y Política (Clasificado en A1 en Colciencias). **Correos electrónicos:** agarces@udem.edu.co, culturasjuveniles@gmail.com.

por las juventudes en Colombia tiene una fecha reciente (1985) y sus búsquedas mantienen un sesgo en poblaciones y problemáticas marcadas por jóvenes vulnerables o en medio del conflicto; así, en el acumulado de investigaciones prevalecen los estudios de jóvenes relacionados con pandillas (Perea, 2008; Riaño, 2006; Salazar, 1990; Ortiz, 1991) y organizaciones juveniles (Escobar, 2009; Vega, 2006; Vega y Pérez, 2010). Estas orientaciones temáticas tienen como contexto las distintas manifestaciones del conflicto armado en Colombia, que vinculan a los jóvenes con narcotráfico, guerrilla y violencia armada (urbana y rural). En ese sentido, la investigadora Pilar Riaño manifiesta:

Para los jóvenes marginados, las bandas y las actividades criminales se convirtieron en una opción atractiva que prometía dinero y prestigio. En Medellín, en el transcurso de cinco años (1985-1990), se reportó la existencia de 150 bandas barriales, las cuales tenían vínculos directos con el cartel. La imagen de joven violento se instala a partir de dos tipos de organizaciones. El primero fue la guerrilla que usó la violencia con propósitos políticos o “revolucionarios”. El segundo tipo fueron las organizaciones del narcotráfico, Ambas organizaciones resultaban atractivas a los jóvenes, o a su vez, eran forzados a engrosar sus filas. (2006, p. 35)

En este contexto de violencia, los jóvenes que viven en las periferias de Medellín recrean otras formas de agrupación juvenil vinculadas por elecciones estético-musicales (*rock, punk, reggae, hip hop, electrónica*); allí configuran espacios-tiempos juveniles que renuevan las imágenes de “jóvenes violentos”; estos jóvenes reunidos alrededor de músicas urbanas se declaran al margen del conflicto armado y proclaman ser actores políticos activos desde el arte, la música y la estética, como una opción de vida *no violenta*.

Desde este ámbito de expresión y organización juvenil, en la década del 2000 aparece otro nodo importante de las representaciones de juveniles. Así, tienen lugar renovadas investigaciones asociadas con el reconocimiento de las juventudes

en su capacidad de producir cultura, en las que se resalta la noción de un *sujeto portador de una cultura específica* (subcultura, microculturas, culturas juveniles) y se valora al sujeto joven como creador de sentidos y prácticas culturales locales y globales (Serrano, 1998; Muñoz y Marín, 2002; Muñoz, 2008; Castiblanco, 2005; Garcés, 2005a, 2009, 2010)

Es necesario resaltar en los balances sobre *conocimiento de la juventud* presentados en los ‘Estados del arte’ por Serrano (2003)<sup>1</sup>, Vega (2006)<sup>2</sup>, y Garcés, Patiño y Torres (2008)<sup>3</sup>, cómo coinciden en afirmar que la emergencia de este nuevo “sujeto” y “campo” de estudio está íntimamente conectado con algunos aspectos que guardan relación, en primer lugar, con el reconocimiento del tema de juventud como un asunto

.....

1. El ‘Estado del arte’ coordinado por José Serrano (2003) sirvió como insumo para la formulación de la política pública de juventud en Bogotá en el 2002. En este estudio se agrupó el conocimiento que existía sobre jóvenes a partir de tres categorías: normalización, transgresión y producción-consumo cultural; así mismo, se identificaron diferentes imágenes que circulaban sobre el mundo juvenil, asociadas con la vulnerabilidad, el riesgo, la búsqueda de la identidad y el cambio social.
2. El ‘Estado del arte’ elaborado por Jair Vega (2006) indaga por los programas de prevención de la violencia en jóvenes, basados en el uso de los medios de comunicación. Los resultados de la investigación hacen parte del proyecto ‘Fomento del Desarrollo Juvenil y Prevención de la Violencia’, financiado por el Gobierno alemán e implementado por la Organización Panamericana de la Salud y la Cooperación Técnica Alemana-GTZ, para mejorar la participación de los jóvenes en la gestión de los programas de desarrollo juvenil y prevención de la violencia en países como Argentina, Colombia, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Perú.
3. El ‘Estado del arte’ elaborado por Ángela Garcés, Carlos Darío Patiño y Juan José Torres (2008) identifica dos momentos en el estudio de los jóvenes. El primero, de 1980 a 1990, en el cual se privilegió una mirada sobre el joven a partir de cuatro ejes: vulnerabilidad y riesgo, perspectiva etaria (edad), portador de una cultura específica y como sujeto de derechos. El segundo momento del 2000 se ha caracterizado por una reducción del componente de la violencia en las preguntas de investigación; se indaga más por los jóvenes como grupo social, por los consumos, la música, los territorios que ocupan y habitan, y sus comportamientos en los espacios de socialización.



importante de las agendas públicas en Colombia y Latinoamérica, y, además, con la valoración de una población juvenil con expresiones, prácticas e identidades diversas y complejas, que merecen ser estudiadas desde diversas disciplinas.

Los resultados que a continuación se presentan están inscritos en la línea de investigación 'Comunicación y culturas juveniles', desarrollada por el grupo de investigación Comunicación, Organización y Política, de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín; esta línea de investigación se ha venido consolidado como campo de estudio en Colombia y Latinoamérica, y ha considerado diversos ejes de abordaje de la juventud: entre consumos, estilos y culturas juveniles<sup>4</sup>. Como lo anuncian Vega y Pérez:

Desde una perspectiva cronológica, los estudios sobre jóvenes han tenido tres desplazamientos importantes: de las violencias juveniles a las culturas juveniles, de la identidad a las experiencias de subjetivación, y finalmente, de las estéticas corporales a los cuerpos

disciplinados. En estos estudios el componente de la comunicación se ha analizado, de acuerdo con Muñoz (2007), en tres escenarios/espacios diferentes: el cuerpo, las mediaciones y la ciudad. (2010, p. 150)

En este artículo se profundiza en el escenario de las mediaciones, para revisar la relación *juventud* y *comunicación*, a partir de la cual podemos afirmar que el énfasis puesto en las culturas juveniles corresponde a una nueva forma valorar y reconocer las identidades juveniles y sus formas de apropiación de medios de comunicación. En este campo, la estética ocupa una posición clave de transversalidad respecto a otros universos de valor, al intensificar los focos de creación y producción cultural juveniles, que valoran las formas de expresión y representación colectiva de los jóvenes en relación con sus identidades musicales.

Con ello, se confrontan las imágenes de jóvenes en Medellín desde los medios de comunicación, donde prevalecen dos representaciones culturales: una, jóvenes violentos (difundida por medios masivos: noticieros radiales y televisivos); otra, jóvenes como productores de cultura, al ser gestores de su propio desarrollo social, cultural y artístico (difundido por programas alternativos: televisión y periódicos locales, *blogs*, *My Space*). En ese sentido, se resalta la serie de televisión *Muchachos a lo bien*, que pretendía posicionar imaginarios de convivencia democrática entre los jóvenes de Medellín, fundamentados en el reconocimiento de derechos humanos. Una serie de televisión hecha por jóvenes, para jóvenes y con jóvenes (Cardona y Álvarez, 2011).

.....

4. La discusión entre consumos, estilos y culturas juveniles se ha enriquecido a partir de los trabajos de Salazar (1998, 1990); Martín-Barbero (1998, 2002); Perea (1999, 2008); Serrano (1998, 2000, 2003); Reguillo (1997, 2000, 2001); Muñoz y Marín (2002); Rodríguez (2003); Quintero (2005); Garcés (2005a, 2005b, 2005c 2006a, 2009, 2010); Garcés, Patiño y Torres (2008); Pérez-Islas (1998, 2006); Muñoz (2007); Pérez (2007); Vega (2006); Vega y Escalante (2007); Vega y Bayuelo (2008); Vega, Pérez y Arango (2010); Vega y Pérez (2010); Valenzuela (1997, 1997<sup>a</sup>, 2004); Escobar (2009); Serrano et al. (2009); Román (2009); Riaño (2000, 2006), entre otros.

La relación juventud y comunicación da lugar a pensar la noción de *prácticas comunicativas de resistencia* (Vega, 2010; Muñoz, 2008, Castiblanco, 2005), al involucrar la heterogeneidad de los sujetos, de los grupos sociales, sus necesidades y las relaciones que establecen en su experiencia colectiva con los otros; con apropiación y desarrollo de medios de comunicación propios que confrontan y renuevan su situación de marginalidad social, territorial y cultural.

La apropiación de medios de comunicación por jóvenes en situación de marginalidad en Medellín considera tres ámbitos; uno: colectivos liderados por jóvenes; otro: constitución de culturas juveniles alrededor del *hip hop*; el tercero: la apropiación y producción de medios con sentidos alternativos y comunitarios, que potencian *movimientos hacia una comunicación democrática*. Veremos cómo los colectivos *hip hop* emprenden acciones ciudadanas por medio de la comunicación. Están constituidos por un conjunto de “múltiples subjetividades que conscientemente se reúnen con el propósito común de sacar adelante una tarea que reta las prácticas de comunicación establecidas” (Rodríguez, 1994).

### Del joven vulnerable al joven productor de cultura

*La cultura juvenil se convirtió en la matriz de la revolución cultural del siglo xx, visible en los comportamientos y las costumbres, pero sobre todo en los modos de disponer del ocio, del tiempo libre, del espacio no institucionalizado; así, los jóvenes pasaron a configurar cada vez más el ambiente que respiraban hombres y mujeres urbanos.*

Hobsbawn

Identificar y valorar las culturas juveniles cobra importancia al reconocer las dinámicas comunicativas de aquellas agrupaciones que se declaran *alternativas*, pues ellas ofrecen una producción cultural propia, diferente y creativa. Las *culturas*

*juveniles* sienten la posibilidad de diferenciarse y, sobre todo, de instaurar alternativas de pertenencia y de identificación que trasciendan la cultura oficial. Ese proceso es dinámico y se activa en la vida cotidiana, porque: “las construcciones sociales del lugar, las prácticas del recuerdo y el olvido, se constituyen en fuerzas referenciales desde las que los jóvenes crean y transforman sus sentidos de pertenencia y diferencia y, por consiguiente, desde las que recrean sus identidades” (Riaño, 2000, p. 45).

Valoramos las acciones de las culturas juveniles cuando refuerzan su identidad a través de la apropiación y producción de medios de comunicación, con énfasis en prácticas comunicativas de resistencia.

Los estudios renovadores del concepto de *juventud* lo nombran bajo la condición de polisémico, al girar entre *culturas juveniles*, *subculturas*, *contraculturas* y *estilos juveniles*; en esas denominaciones 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. (2001, p. 25)

Bajo una mirada retrospectiva a lo largo del siglo xx, es posible reconocer que para llegar a la categoría de cultural juveniles fue necesario ir depurando la denominación y, sobre todo, la percepción y categorización de las expresiones juveniles en los contextos urbanos. Con este interés, el investigador mexicano José Antonio Pérez Islas (1998, 2006) nos permite una revisión del concepto genérico juventud, en relación con la cultura y la comunicación; veamos:

- **Subcultura:** el término proviene de la Escuela de Chicago, que lo entiende como la diversidad cultural correspondiente a los grupos sociales ubicados en las áreas de menor integración al sistema. La transposición que se hace a la población de manera mecánica implica dos sesgos importantes: el primero tiene que ver con la identificación que se realiza hacia los jóvenes originarios de las clases obreras, donde, se dice, predominan las conductas y valores de *rudeza y rebeldía*; el segundo es que nunca se ligan este tipo de manifestaciones con las relaciones de producción, sino que se quedan en el ámbito descriptivo y psicológico. Esas características aludidas al joven conducen al calificativo de delincuente, lo que provoca toda una serie de consecuencias moralistas, según las cuales la subcultura juvenil delincuente es propia de las clases proletarias, y solo de ellas.

- **Contracultura juvenil:** incluye toda la serie de manifestaciones que los jóvenes desarrollan en oposición a la racionalidad tecnocrática implementada en las sociedades de finales de los años sesenta, las cuales van desde los movimientos pacifistas, la liberación sexual, el uso de drogas que amplían los sentidos, hasta los movimientos estudiantiles de protesta, la prensa *underground*, etc. El término referido originariamente al sector universitario pronto se generalizó a todo lo que significaba constestatorio (Roszak, 1970). El término *contracultura* será, entonces, ubicado en el ámbito de lo reactivo y disfuncional, que pronto lo

conducirá a lo marginal, como opuesto a lo oficial o hegemónico.

- **Culturas juveniles:** se reconocen como las formas de agrupación juvenil que logran una apropiación y producción cultural propias, especialmente desde los *territorios musicales* del *rock*, y luego desde el *reggae*, el *hip hop*, la electrónica. Esas agrupaciones juveniles ya no se ubican en la margen de la contracultura o en la subordinación de la subcultura.

Se trata de sujetos adscriptos a propuestas colectivas, que a través de sus expresiones, prácticas y dinámicas culturales, marcan la diferencia juvenil, logrando una proyección cultural dinámica y propositiva que renueva las expresiones juveniles y se resisten a la homogenización establecida por la publicidad que configura la juventud como *look* de consumo. (Garcés, 2006a)

- **Estilos juveniles:** las industrias culturales realizan una reapropiación y resignificación de las expresiones juveniles, en las modalidades ya enunciadas (subcultura, contracultura, cultura juvenil) y establecen el *look juvenil* como objeto de permanente consumo. Ese proceso se denomina “juvenilización”, entendido como la pasión por lo joven, como un elemento de consumo, como un valor de estatus, como una meta siempre inalcanzable, a menos que se tenga posibilidad de consumirlo. La juventud ingresa como mercancía que se vende y se cambia en la lógica del mercado. Ese fenómeno cultural se presenta en la década de los ochenta, denominada la “década del yo”, donde la imagen toma un papel protagónico en la construcción de la identidad juvenil.

Entre las diversas formas de agrupación e identificación juvenil, se reconoce que las culturas juveniles y las contraculturas realizan una importante labor de apropiación y producción de medios de comunicación, que les permite difundir sus propios discursos y, a su vez, posicionar imágenes y representaciones que confrontan los estereotipos que rondan en los medios masivos de comunicación.

En los medios de comunicación apropiados por los jóvenes se evidencian renovadas formas de comunicación y producción cultural juvenil.



En particular, este artículo presenta las formas de apropiación de medios de comunicación asociados con el movimiento 3 de Medellín, en las que se reconocen los desarrollos comunicativos en portales web y estudios de grabación.

### Recorrido metodológico

Para identificar, valorar y reconocer las formas de producción cultural juveniles recurrimos a sus narrativas; entre relatos y autobiografías, se privilegian las entrevistas a profundidad, las líricas plasmadas en la producción de portales web y audiovisuales (música en cd y videoclips). Por ello, entre el relato individual (entrevista) y la 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 y la apropiación de medios de comunicación. Esa relación directa entre relato, cultura y comunicación se fundamenta en dos sentidos:

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, en nuestro trabajo de campo recurrimos a las técnicas de investigación interactivas que le dan prelación a los relatos (individuales y colectivos) para identificar dos sentidos simbólicos; por un 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 música urbana, en nuestro caso el *hip hop*.

Se les da prelación a las narrativas musicales, por dos motivos, dilucidados por Pablo Vila en su investigación “Identidades narrativas y música” (1996):

- 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 con 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 dichas 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.

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*, *grafiti*, *break dance* y música en su versión *rap* o *Mc*<sup>5</sup>; 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.

El *hip hop* como música y expresión cultural 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” y visibilizarse desde “la expresión de su verdad”. Como sostiene el colombiano Omar Rincón, la comunicación es un valor de época; en esta época de multiplicación de narrativas, la música se apropia de las memorias colectivas y es utilizada para contar las nuevas historias de nuestras sociedades (2006, p. 17).

Si bien el *hip hop* como género musical es foráneo e ingresa a Medellín por medio de consumos culturales globales, que realizan 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 populares; ellos logran la creación de estilos propios y, en la actualidad, se valoran y reconocen expresiones que logran transformar la cultura *hip hop* con contenidos y sentidos locales<sup>6</sup>.

La *cultura juvenil hip hop* de Medellín 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, al cuestionar los procesos de homogeneización del mundo adulto y mantener su posición de resistencia a la institucionalización. “Los *hoppers* usan el arte del *hip hop* 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 adónde vamos” (Perea, 2008).

### Apropiación de medios en la cultura *hip hop* de Medellín

La visibilización de las acciones y producciones culturales de los jóvenes vinculados con la cultura *hip hop* a través de la apropiación de medios comunicación supone la *comunicación otra*, basada en principios de autogestión, participación y acción social, en pro del posicionamiento de espacios y propuestas diversas y diferenciadas. 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” (1989, p. 154).

La cultura *hip hop* promueve proyectos juveniles dotados de independencia y creación, como tal pensados desde las subjetividades e identidades juveniles, que en su diferencia y resistencia cultu-

.....

5. 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.
6. La producción cultural del *hip hop* en Medellín se refleja en videoclips, CD, conciertos y tomas artísticas y culturales ampliamente difundidas en My Space, You Tube, portales web, Facebook, Twitter. Es una producción con amplia crítica social, autónoma e independiente, basada en el postulado de la autogestión y la autocreación.

ral, 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. En palabras de Clemencia Rodríguez, estas voces promueven una “comunicación ciudadana al preocuparse por establecer un flujo más democrático de las imágenes en los medios de comunicación, revisando los estereotipos que viajan de norte a sur, para recrear los sentidos del orden mundial de la información y la comunicación. Así la comunicación ciudadana abre una grieta en el paisaje mediático a través de la cual se hace posible visibilizar otro escenario comunicativo diferente” (1994).

Posteriormente, Clemencia Rodríguez (2009) revisa el término “medios alternativos”, considerando su posición reactiva frente a los medios dominantes y la correspondiente aceptación de un estatus menor. Este cuestionamiento la lleva a acuñar el término “medios ciudadanos”, sin pretensión de cualquier comparación con los medios masivos o los medios comerciales, y concentrarse más bien en los procesos culturales y sociales que se desencadenan cuando las comunidades locales se apropian de las tecnologías de la información y la comunicación

En ese sentido, es importante reconocer y valorar la apropiación de medios de comunicación realizado por la cultura *hip hop* en Medellín<sup>7</sup>. En ese proceso, durante la década de 1990 se reporta la instalación de los estudios de grabación caseros, y la década del 2000 lleva la marca de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; con la apropiación de estas nuevas tecnologías se fortalecen los estudios de grabación y explotan los espacios virtuales, como: *My Space*, *blogs*, *portales web*. Por ello, el 2000 se reconoce como el momento de la gran renovación de las plataformas informáticas que renuevan nuestras maneras de vernos, encontrarnos y reconocernos.

Ese entorno no es ajeno a la cultura *hip hop* del mundo y de Medellín, pues en la vida de los(as)

*hoppers*<sup>8</sup> comienza a ser importante el espacio de conocimiento en la red, y la web y sus portales cobran importancia. Estos espacios de comunicación de la cultura *hip hop* de Medellín constata que la historia y los relatos cotidianos ahora transitan en la web. El amplio despliegue de comunicación de la cultura *hip hop* en la web y los estudios de grabación confirman que:

Las nuevas tecnologías entonces más que aparatos, más que medios, ayudan a configurar un entorno en que los sujetos sociales (ya sean individuos, grupos o clases, agentes institucionalizados, ciudadanos, gobernantes, productores y consumidores) se relacionan y constituyen entre sí. En consecuencia, más acá de asumir radicales cambios, lo que se nos abre es un vasto campo de investigación al que sin duda, son insuficientes las visiones disciplinares y al que son inalienables la política y la ética. (Rueda, 2008, p. 65)

A su vez, en el 2000 la escena del *hip hop* se fortalece gracias a los renovados roles de los *hoppers*, en su proceso de reconocimiento como artistas y gestores culturales; dos formas de nombrarse y representarse que estaban ausentes en las décadas pasadas y ahora aparecen como protagonistas importantes de su desarrollo local, social y cultural. En la producción de medios de comunicación propios sobresale la renovación de

.....

7. Según se reporta en el ‘Estado del arte’ de Garcés, Patiño y Torres (2008), los estudios sobre la cultura *hip hop* de Medellín han sido abordados desde la comunicación, la antropología y la sociología. Son representativos los trabajos de grado de Medina (2008) e Higuaita, (2007), y los estudios locales de Muñoz (2008), Medina et al. (2008), Medina y García (2008) y Peláez (2006).
8. *Hopper*: hombre o mujer artista con alto desempeño en uno de los cuatro elementos del *hip hop* (*Mc*, *break*, *dj*, *grafiti*). Participa desde los actos creativos, organizativos y de gestión de la cultura *hip hop*; se diferencia de los estilos juveniles que solo consumen música sin lograr ser productores y creadores de la cultura *hip hop*; solo asumen la imagen, estos se conocen como *faranduleros*.

las imágenes *hoppers*, al cuestionar los estereotipos de jóvenes vulnerables y violentos (imágenes que transitan en los medios de comunicación masivos, entre sicarios, pobres, narcotraficantes).

Gracias a la apropiación de medios de comunicación con voz propia, los *hoppers* generan nuevas formas de interacción y comunicación de sus expresiones de acción social y resistencia política. El investigador Jair Vega (2010) denomina esta forma de comunicación como “prácticas comunicativas de resistencia, pues son generadas por aquellos actores que se encuentran en posiciones/condiciones devaluadas o estigmatizadas por la lógica de la dominación, por lo que construyen trincheras de resistencia y supervivencia basándose en principios diferentes u opuestos a los que impregnan las instituciones de la sociedad”.

Las *prácticas comunicativas de resistencia* apropiadas por la cultura *hip hop* a largo del 2000 evidencian el desarrollo de un plexo cultural que reúne diferentes dimensiones, como posibilidades sensoriales (audición, movimiento, ritmo), a su vez involucra cuerpo, emoción, sensación, 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” (2000).

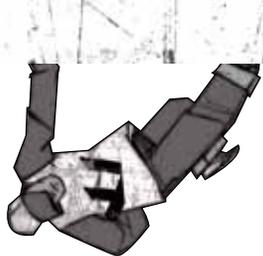
En el proceso de fortalecimiento del *hip hop*, a través de la apropiación de medios de comunicación, se reconoce el postulado de la comunicación ciudadana (Alfaro, 2000, 2005; Rodríguez, 1994, 2009; Alsina, 2005), al considerar la participación de sus actores como elemento inherente al proceso informativo y comunicativo; se trata de una participación entendida como acción social

concreta, que aporta a la constitución de una verdadera dimensión democrática, basada en la voz movilizadora que busca un proceso transformador del entorno social inmediato. Esta comunicación ciudadana da origen a una forma de repensar la democratización de los medios desde una perspectiva de los actores locales, más cercana a la gente y sus intereses.

Esta nueva perspectiva comunicativa visualiza a los movimientos sociales y las organizaciones de base, con sus propios medios de comunicación, como los nuevos actores claves en el proceso de democratización de las comunicaciones. Se espera entonces que estos sujetos sociales recién politizados (movimientos sociales, organizaciones de base, grupos populares), establezcan sus propios canales mediáticos a pequeña escala y luego promuevan sus propias redes de comunicación e información, evitando así a los gigantes de la comunicación global. Además de suministrar información local a sus audiencias, se esperaba que estos nuevos medios se apartaran del modelo vertical (de arriba abajo) de las comunicaciones. Mientras los grandes medios operan sobre la base de una jerarquía entre productores y audiencias, en la que estas últimas no tienen voz y se ven limitadas a desempeñar el papel pasivo de recibir mensajes mediáticos, se pensaba que los medios alternativos eran la panacea de la comunicación horizontal mediante la cual emisores y receptores comparten igual acceso al poder comunicativo. (Rodríguez, 2009, p. 15)

En ese sentido, las *prácticas comunicativas de resistencia* realizadas por los jóvenes vinculados con el *hip hop* promueven la apropiación y uso de medios de comunicación propios para lograr la producción de mensajes locales y cercanos, y así, potenciar los procesos comunicacionales efectivamente vivenciados. La resistencia aquí se relaciona con la recuperación y recreación de sus propios sentidos sociales y referentes simbólicos como cultura juvenil alternativa; en palabras de





Martín-Barbero, diremos: “sólo podrán ‘contar’ aquellos que pueden ‘contar’: sólo quienes estén en capacidad de narrar sus propias identidades y de nombrar el mundo en sus propios términos tendrán una presencia sólida como sujetos políticos” (2002).

Entiéndase la importancia de la comunicación ciudadana realizada por los *hoppers*, propia de contextos adversos, donde los jóvenes realizan una resignificación de la juventud por medio de proyectos culturales y comunicativos. El *hip hop* es una opción que se resiste a la violencia armada y transforma las adversidades presentes en el entorno. Esta afirmación se corrobora en la pregunta dirigida a un *Mc*: ¿qué sensaciones acompañan a un joven de 13 años en el barrio popular? El *Paisa* responde:

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 depresión 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 necesita para enfrentar el mundo. Estás triste, tu familia no tiene comida, no tenés tenis, el miedo y la incertidumbre te hacen actuar. (Garcés, 2006c)

Cuando los jóvenes *hoppers*, a través de sus medios de comunicación, deciden contar sus propias historias, se reconoce allí el ejercicio del “derecho a la comunicación”; cobra importancia la relación agente social-comunicación-territorio local, entendiendo que: “territorio local es un lugar cercano, visible y controlable. Se le mira y se usa de manera cotidiana. Desde allí lo público se hace posible, se puede organizar la vida social acercándola a la política. Allí la gestión pública se desacraliza, pues pierde poder para ganar en participación” (Alfaro, 2005, p. 39).

Portal Subterráneos.net de Colombia

La página web *Subterráneos* es uno de los pocos portales especializados en Colombia y Suramérica en *hip hop*: nació en Medellín. Este portal les permite a los *hoppers* proyectarse artísticamente, constituir redes de intercambio de información y gestión cultural. Su propuesta mantiene los postulados contraculturales, relacionados con la autogestión, la independencia y la resistencia. *Subterráneos* “linkea” las escenas de otros países, pues cuenta con corresponsales locales, nacionales e internacionales. Ha recibido reconocimientos por su labor comunicativa y propuesta alternativa; en septiembre de 2004 recibió el reconocimiento como una de las mejores páginas web del país.

Este portal nos demuestra cómo Internet abre otras vías de acceso a la información, en consonancia con el fortalecimiento y visibilización del *hip hop*, soportado en la organización en red y en la comunicación alternativa. La producción y recepción de *www.subterráneos.net* está cifrada en su libre acceso, por ello se constituye en un espacio público eficaz para construir respuestas colectivas a los asuntos de bien común, tanto juveniles como urbanos y artísticos.

Una primera evidencia de propuesta alternativa de comunicación en la página *www.subterráneos.net* es el perfil del portal, dirigido a jóvenes de todas las ciudades de Colombia interesados en el *hip hop*; se puede acceder de manera fácil a gran cantidad de información acerca de dicha cultura; además, pueden interactuar e intercambiar información, que supera la recepción de información, al conformar foros de discusión y generar textos reflexivos y críticos sobre el estado y la dinámica del *hip hop* en Medellín, en relación con el mundo.

*Subterráneos.net* es un portal creado en el año 2000 desde un barrio popular y humilde de Medellín Colombia. Nació sin recursos, pero con una fuerza grande de amor y apoyo a la cultura Hip hop; ese mismo amor al Hip hop ha sido la potencia para mantenerse vivo por más de una década; *subterráneos* no es patrocinada por nadie, no cuenta con ingresos

económicos para sostener el sitio y se sostiene por la autogestión del grupo gestor. Subterráneos.net rechaza todos los ataques virtuales que nos han hecho, nos pueden dañar cientos de plataformas, pero no nos pueden callar, ya que nuestra naturaleza es mostrar la verdadera cara del Hip hop. Hemos empezado varias veces desde cero, y lo volveremos hacer, pero *subterráneos.net* no morirá, arrancamos una nueva década y los invitamos a todos a continuar con nosotros. Subterráneos.net 10 años apoyando el talento Nacional. (*Subterráneos*, 2010a)

El portal *Subterráneos.net* brinda la posibilidad de intercambiar experiencias, participar de las convocatorias musicales, informarse sobre los eventos de *hip hop*, y para aquellos que aún no están del todo inmersos en la cultura, se ofrece la sección 'Educación *hip hop*', que enseña el pensamiento *hip hop*, 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 verdadera propuesta de comunicación alternativa. Al posibilitar nuevas formas de estar juntos y de convocatoria pública.

Prueba de esto son algunos foros promocionados a través de la página, entre ellos "Por respeto a la diferencia y la libertad"; este foro busca la atención social, en pro del reconocimiento de la diferencia y la diversidad humana, con énfasis en expresiones que nacen en barrios populares, fuertemente estigmatizados por la guerra urbana; a pesar de ello, los jóvenes manifiestan su interés por las problemáticas de la comunidad local, y logran una crítica social a través de la música creada por los jóvenes *hoppers* "con letras subterráneas", interpretadas por grupos de *Mc's* colombianos (*Subterráneos*, 2010b).

En otra sección del portal 'Educación *hip hop*' se evidencia la condición de información alternativa, al generar comunicados que buscan educar a sus receptores, para constituir una comunicación grupal que mengüe los estigmas y estereotipos que rondan en los medios masivos sobre el mundo *hip hop*. En esta sección es posible conocer la historia, los acontecimientos, los representantes y eventos

significativos del mundo *hip hop* en Colombia y Latinoamérica. A su vez, el perfil de los artículos de educación y discusión mantienen su interés crítico, al hacer énfasis en la resistencia a la vinculación con partidos políticos, o la adhesión a propuestas comerciales y consumistas.

Subterráneos mantiene su proyección sin antifaces corporales ni pensantes, se manifiesta transparente y radicalmente con claridades críticas y neutrales; emitiendo la realidad con legibles acontecimientos de verdaderos integrantes de la cultura *hip hop*, quiere liberar de la voz de los jóvenes. Por eso sus consignas son: Libertad de expresión proporcionando ese alivio de poder manifestar, sin opresión alguna de ley o de un monopolítico temor de evolucionarse como *Hiphoppers*. (*Subterráneos*, 2010c)

En las secciones de educación y crítica del portal son evidentes sus posturas de reivindicación política y social, al convocar a los jóvenes a interesarse más por la *cultura hip hop* y a vivirla como una verdadero *hopper*, y criticar la sociedad de consumo que construye estilos de vida dispuestos al consumo, por ello denuncia aquellas "personas que dicen ser *hip hop*, seguir sus posturas, ser reales *hoppers*, e incluso intentan crear nuevos medios de difusión vendiendo su nombre, hablar de *hip hop* en conciertos sin saber que es una cultura, en fin, muchas de estas personas están por todos lados, culturízate, educate". Estas críticas van dirigidas a los *faranduleros*:

*Hábito natural de ser superficial,  
escandalizar a la gente con sonidos escabrosos,  
ningún contenido que sea capaz de enseñar,  
los versos son solo un juego para hacerlo más escandaloso,  
es cierto, ese rap controla a la mayoría,  
y ¿en dónde quedamos nosotros?,  
representando a la minoría,  
tratando de hacerlo más armonioso,  
representando a la izquierda,  
sin llegar a hacerlo pretencioso,  
con rimas capaces de alterar nuestras neuronas,  
de aquel extraño amigo con disfraz de político,*



*tal vez seamos capaces de imaginar,  
que aquel sea silencioso,  
para nosotros poder gritar,  
y hacerlo a él cadencioso. (Subterráneos, 2010d)*

Entre las posturas críticas y educativas, también encontramos posturas claras sobre la importancia de la autogestión y el apoyo grupal para mantener la libertad de expresión de la *cultura hip hop*; estos énfasis se expresan en comunicados independientes, autónomos, y ajenos a los mecanismos de financiación tradicionales de la cultura dominante. En general, *Subterranos.net* logra mantener su portal con propuestas diversas y divergentes, con la participación efectiva de los actores sociales vinculados al *hip hop*, que logran dimensionar la condición de un medio de comunicación independiente y gratuito, en tanto:

Internet realmente puede servir de instrumento público a ciudadanos políticos, como es menester que la Red sea una vía de comunicación accesible para todos. Esa accesibilidad requiere que la conexión a Internet sea tan universal como la conexión telefónica lo es en los países desarrollados y que el uso de las tecnologías de información sea tan sencillo como el de cualquier electrodoméstico. De lo contrario, Internet sólo será una herramienta política para las élites de ciudadanos civiles y/o políticos. Para que exista una democracia digital primero debe existir una sociedad digitalizada. (Portillo, 2004, p. 115)

En *Subterranos.net* se evidencia una democracia digital, al criticar las estructuras dominantes, asociadas con la sociedad de consumo y el espectáculo; al promover estilos de vida juveniles dispuestos al consumo. Los jóvenes visibles en *subterráneos* mantienen sus posturas críticas al consumo y refuerzan su actitud resistente. Allí, validamos su búsqueda grupal, que apunta a desarrollar una propuesta alternativa de comunicación. Este portal 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” (Portillo, 2004, p. 114).

### **Estudios de grabación: espacios de gestión cultural y producción musical**

*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.

En la era del 2000, es ostensible que la escena musical del *hip hop* en Medellín se haya consolidado, por el desarrollo de proyectos grupales y zonales asociados con procesos de autogestión para el fortalecimiento de los *estudios de grabación caseros*. Se trata de dos acciones: gestión pública y trabajo en redes, que consolidan los espacios de encuentro grupal y de producción musical. Los estudios de grabación son, entonces, espacios artísticos y culturales, pero también son espacios de gestión y deliberación de la acción política del *hip hop* local, zonal y regional (Figura 1).

A lo largo del artículo se resalta la importancia de la apropiación de medios de comunicación, que declaramos ciudadanos, por el alcance de las propuestas y temáticas que logran los niveles de divulgación, información, educación y participación. Los estudios caseros se convierten en espacios de gran intercambio de información, pero su fuerza radica en propiciar un lugar para la deliberación y proyección de propuestas locales, basadas en la gestión institucional, sin abandonar la autogestión grupal para la producción musical y audiovisual.

A su vez, los estudios caseros logran consolidar procesos de apropiación de medios de comunicación, con base en los objetivos propuestos

por los grupos musicales, fundamentalmente en el reconocimiento de que “la única fórmula aceptable es la autogestión. Que cada grupo cultural tenga su radio, su televisión, sus periódicos, con tantos intercambios entre grupos como sea posible, de forma que la comunicación no sólo sea intragrupal, sino que permita un verdadero conocimiento de los grupos entre sí” (Alsina, 2005, p. 56).

Los estudios de grabación caseros hacen visible en la ciudad la música *underground*, aquella que nunca suena en los medios masivos de comunicación, pero que rueda y se posiciona en los circuitos cerrados de la música alternativa. Por ello, el *hip hop* en su versión *rap* nos reitera que el mundo existe en tanto “tenga algo que contar... sólo así se forja el reconocimiento, el diálogo y el encuentro entre los pares” (Garcés, 2006b).

Se trata, entonces, de una propuesta de la pala-

bra en movimiento en versiones reales y digitales, por ello veremos cómo entre 2000 y 2008 cobran fuerza los conciertos, los estudios de grabación y la producción de *videoclips* en la escena *hip hop* de Medellín; se trata de espacios y medios que potencian la producción musical de los *hoppers*, desde la creación de pistas, la grabación de voces y canciones de los diferentes *Mc*<sup>9</sup> de Medellín. Así lo reitera Lupa:

Antes de 1997 el único estudio conocido en la comuna nororiental de Medellín era el de Rulaz Plazco. Ya en el 2000 aparecen los estudios caseros,

.....

9. *Mc*'s o *emeces*: se denomina así al cantante de *rap* (maestro de ceremonia o controlador del micrófono). Es quien escribe las líricas y las interpreta, también llamado *rapero* o *rapera*.

**Figura 1.** Lupa y Don Vito, Mc de Sociedad FB7 y Bellavista Social Club



**Fuente:** Nini Villegas (marzo de 2007).

**Nota:** estudio de grabación del barrio Kennedy.

espacios importantes para la vida del *Hip Hop* en Medellín, porque allí se crean las pistas musicales, los instrumentales, se graban las voces y masteriza la música logrando una producción depurada al estilo de cada grupo de hip hop. (Garcés, 2006b)

El *hip hop* retoma la filosofía de *hazlo tú mismo*, pues son los jóvenes populares, aquellos que adolecen de las condiciones óptimas de formación educativa y bienestar social, quienes retoman los cuatro elementos artísticos del *hip hop* (*b. boy, grafiti, rap, dj*) y los “desarrollan con las uñas”; se declaran, entonces, artistas empíricos y se fortalecen gracias a procesos de autoformación y autogestión que les permite “paliar la falta de oportunidades” y lograr un rol protagónico en sus propuestas artísticas. Como bien lo enuncia un *hopper* de Medellín: “Lo más difícil en el proceso de reconocimiento del *hip*

*hop* es lograr que los ‘artistas’ validen nuestras propuestas como ‘artísticas’, pues muchos se atreven a decir que el rap no es música; y por otro lado, están los adultos, que no reconocen la importancia de nuestro quehacer en el *hip hop* y a difícil que acepten que ‘esto no es un juego’” (Garcés, 2006d).

Esa declaración de Medina nos obliga a pensar el vínculo que tiene el joven con la música, pues si bien las industrias culturales hacen de la música una mercancía de alto consumo, para los jóvenes populares la “música es su vida”, no en vano Medina dice “*hopper* hasta la muerte”, “el *hip hop* es mi vida”. Podríamos decir que los *Mc* en los contextos duros de la vida cotidiana logran hacer un reciclaje de la guerra y sus códigos, pues los *hoppers* resignifican estos códigos a través de la creación y elaboración de líricas. Con ellos expresan su competencia creativa, un terreno de

Figura 2. MC Medina, grabando en el estudio de Sociedad FB7 (barrio Kennedy)



Fuente: María José Casabuenas (abril de 2006)

confrontación y reto permanente que dinamiza la autenticidad y la exigencia personal al momento de componer.

He nacido para batallar quiero buscar mis sueños donde puedan estar hoy no seré uno más que dejó caer su voluntad para que el río se la pueda llevar por ver a mi gente en estas estoy mal cientos por el sustento salen a trabajar qué más da dejaron su naturaleza atrás y para encontrársela no volverán porque hay necesidad prima la obligación hala mas a quién le habrá de importar si recibes poco tal vez miserias porque eso es lo que vale tu mano de obra todos los días se ven sueños amargos cuando se firman contratos con empresas a bajos salarios se hacen tratos la posibilidad de decir no mas no descarto ya lo he dicho estoy harto no me ataron no seré uno más que por minutos su sueldo descontaron por el contrario obligado estaré a ser la voz de los que no hablan y aguantan de los que caen por necesidades que faltan y aquellos que dicen representar los de saco y corbata ya no me atan. Estaré firme en mi destino a los que resisten estimo, creen más en su talento que en el sí mismo, que en el sí mismo. (Lupa, 2008)

Los *Mc* encuentran en los estudios de grabación su espacio de creación y producción propia; se trata de estudios que superan el poco acceso a información y tecnología para producción musical característico de la década de los noventa, pues no existían estudios de grabación caseros de tipo semiprofesional; los primeros demos fueron grabados en casete, lo que permitió tener una grabación artesanal, que ligada con su bajo costo facilitaba una amplia distribución, reproducción y aceptación como material para audiciones en festivales o conciertos importantes. Lo valioso de estos ejercicios fue que lograron difundir las propuestas musicales, gracias a ellos se conocieron las canciones de muchos grupos y *Mc's*.

Nos preguntamos qué es un estudio casero, veamos una descripción: en el fondo de la casa de Medina y Lupa, en Robledo Kennedy, un cuarto está cubierto con 300 canastas de huevos que forran las paredes y el techo. En él hay un compartimiento

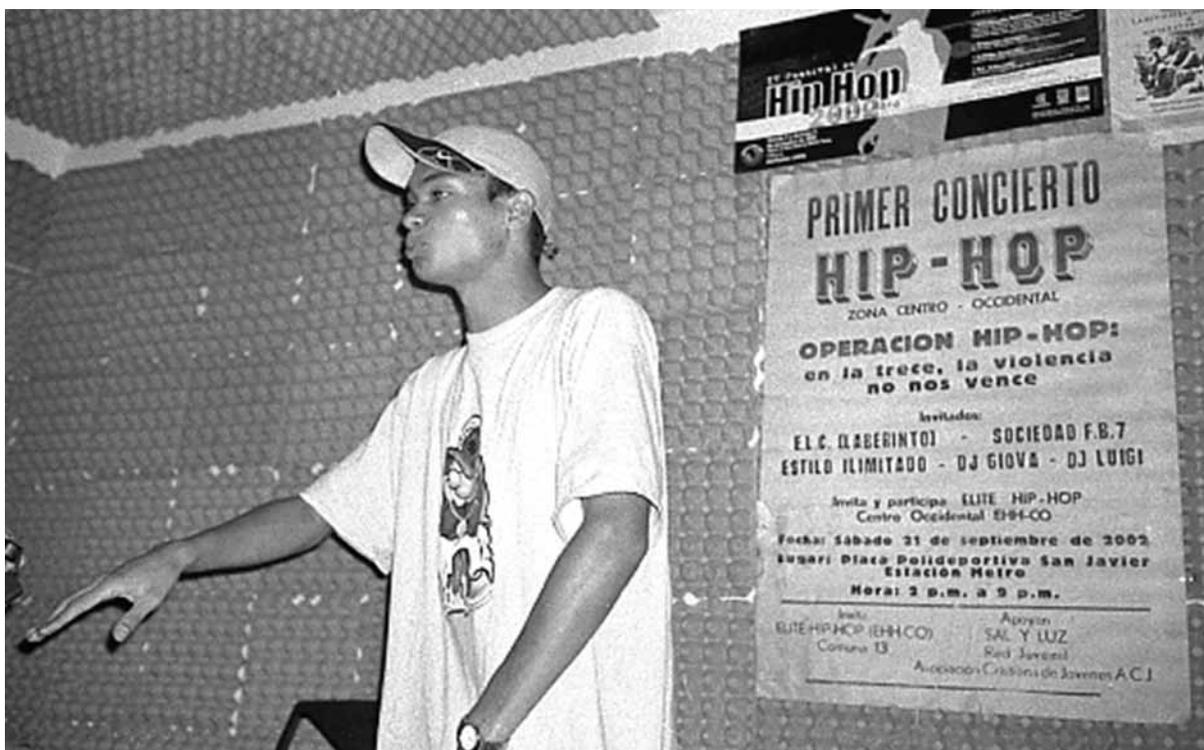
que funciona como estudio de grabación, también cubierto con canastas de huevos porque el cartón aísla el ruido. Está equipado con un audífono, un micrófono y dos paneles de madera revestidos con espuma, que permiten que el sonido se dirija directamente al micrófono y no se pierda. Además, hay un computador y un piano en el que 'Lupa', a oído, compone la música que su grupo de rap utiliza en las canciones. (Higuaita, 2007, p. 38)

En el 2000, los *hoppers* avanzan en autoformación musical, capacitación y apropiación de equipos tecnológicos, que les permite grabación, mezcla y *masterización* de su propia música. Los estudios de grabación más destacados son: Camajan Club, FB7 Studio, En las Calles (ELC) y Napez Estudio.

La producción musical mantiene los principios de la contracultura, al exigir una lírica propia y real, vinculada con los sucesos del barrio, y a su vez, con una gestión independiente; estas características les permite a los *hoppers* ser gestores de su creación musical y mantener su producción y distribución de manera autónoma, lo que tiene como resultado sujetos y procesos grupales conscientes de sus bienes simbólicos y materiales, que difícilmente cederán a intereses externos y ajenos a los fundamentos filosóficos de los grupos. Si bien se requiere 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. Una de las acciones sociales y culturales más significativas del movimiento *hip hop* en Medellín es la emergencia de las escuelas de *hip hop*, consideradas espacios innovadores que vinculan la formación popular, la creación artística y el impacto local.

Entre estudios de grabación y escuelas *hip hop* se reconocen propuestas que brindan dos escenarios en los que los jóvenes se constituyen en sujetos sociales desde su condición de actores populares. Son propuestas artísticas y educativas, que retoman los cuatro elementos del *hip hop* (*break dance, grafiti, rap, dj*) y considera el arte como un proyecto vital que rompe el desencanto

Figura 3. Santiago improvisando en el estudio de FB7 (barrio Kennedy)



Fuente: María José Casasbuenas (febrero de 2006).

y la desesperanza contemporáneas. La producción musical y la formación en *hip hop* se basan en el autoaprendizaje y la construcción colectiva propios de la educación popular (Medina y García, 2008).

## Conclusiones

En la reflexión de la relación juventud y comunicación se buscó reconocer las diversas formas de resistencia presentes en la cultura *hip hop*; así, es necesario desvelarlas a partir de las posiciones éticas, estéticas y políticas de los jóvenes *hoppers*, y solo así, trascender una visión de resistencia cifrada únicamente en la acción política inscrita en movimientos u organizaciones sociales tradicionales. Por ello, reconocemos diversas resistencias que abarcan la vida cotidiana y los procesos de creación estética. Veamos diferentes formas de resistencia, que van desde las posiciones indivi-

duales a propuestas grupales, y serán expresadas en la producción de medios (en especial páginas web, producción musical y conciertos):

- La resistencia a ser cooptados por las industrias culturales por medio de disqueras y diversas formas de consumo masivo, además de partidos políticos, religiones y grupos armados. Esa resistencia implica decirle no a la guerra, no a las armas, no a la incorporación a los grupos armados, y por ello, persistir en las propuestas autónomas de carácter *underground*.
- Las resistencias expresadas en la denuncia al conflicto armado, a la guerra y a la situación de marginación y pobreza; esa denuncia abarca las condiciones urbanas del barrio y la ciudad, e incluso alcanza a contener el contexto del país y del mundo. Gracias a ese grado de denuncia se valora cómo el *rapero* o *emecé* (Mc) logra un diálogo entre lo local y lo global, guiado por su vivencia de marginación, que es individual y grupal.

- El proyecto vital individual y colectivo se alimenta de la denuncia, y ésta se trasciende cuando el *rapero* o *Mc* busca transformar las lógicas de vida impuestas por la tradición social y el mercado. Es un proyecto vital basado en la creación estética, y su finalidad no es únicamente productiva; además, se habla de proyecto vital juvenil en cuanto se asume una posición que se resiste al trabajo, al comercio y a la familia tradicional, todas ellas entendidas como esquemas sociales que solo admiten un único proyecto de vida, cifrado en el eslogan: *tradición, familia y propiedad*.

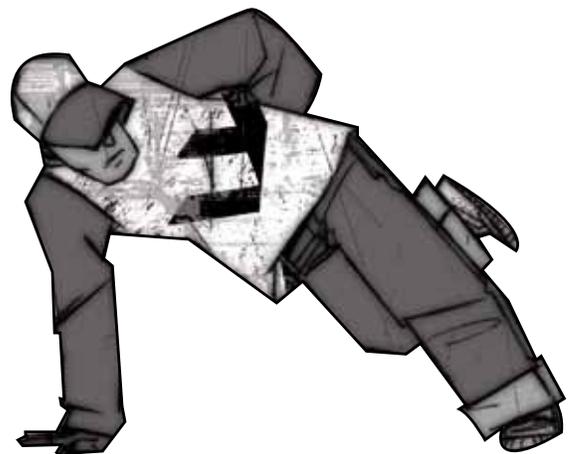
- Las resistencias expresadas en decisiones autónomas de los jóvenes sobre su cuerpo, atuendos y prácticas cotidianas diferenciadas. Estas resistencias permiten que dichos jóvenes, desde decisiones individuales que pasan por reflexiones y construcciones éticas, se relacionen con otros para compartir sus trayectorias, y, de esta forma, conformar una suerte de comunidad, que más que gustos, comparte sentidos y formas de vida opuestas, donde el presente es fundamental y el futuro, un ámbito por determinar desde las esperanzas, búsquedas y angustias.

## Referencias

- Alfaro, R. M. (2000), “Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las definiciones”, *Razón y Palabra*, núm. 18, pp. 55-63.
- (2005), “Politizar la ciudad desde comunicaciones ciudadanas”, *Diálogos de la Comunicación*, núm. 65, FELAFACS, pp. 34-53.
- Alsina, R. (2005), “La alternatividad de la comunicación intercultural”, *Anthropos, Hacia una comunicación alternativa. Una visión crítica de la sociedad actual*, núm. 209, pp. 53-61.
- Bendezú, R. (1989, julio-diciembre), “Aproximación semiótica al discurso de la comunicación alternativa”, *Contratexto*, núm. 4, Universidad de Chile.
- Benhabib, S. (2006), *Las reivindicaciones de la cultura. Igualdad y diversidad en la era global*, Buenos Aires, Katzeditores.
- Cardona, C. y Álvarez, M. (2011), *Medellín imaginada desde la televisión. Los imaginarios en la serie de televisión “Muchachos a lo bien”* [tesis de grado Maestría en Comunicación Educativa], Pereira. Universidad Tecnológica de Pereira.
- Castiblanco, G. (2005), “Rap y prácticas de resistencia: una forma de ser joven. Reflexiones preliminares a partir de la interacción con algunas agrupaciones en bogotanas”, *Tabula Rasa*, núm. 3, 253-270.
- Córdoba, L. (2006), “Democracia comunicativa: nuevas formas para la intervención ciudadana”, *XII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS)* [en línea], Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, disponible en <http://www.javeriana.edu.co/felafacs2006>, recuperado: 11 de marzo de 2010.
- Escobar, M. R. (2009), “Jóvenes: cuerpos significados, sujetos estudiados”, *Nómadas*, núm. 30, Universidad Central, pp. 104-117.
- Feixa, C. (1998), *El reloj de arena. Culturas juveniles en México*, México, Causa Joven-CIEJ.
- Garcés, Á. (2005a), *Nos-otros los jóvenes: polisemias de las culturas y los territorios musicales en Medellín*, Medellín, Universidad de Medellín.
- (2005b, julio), “Juventud y escuela: percepciones y estereotipos que rondan el espacio escolar” [en línea], *Última Década*, núm. 24, disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/195/19502404.pdf>, recuperado: 14 de marzo de 2010.
- (2005c), “Del estilo a las culturas juveniles. Entre los discursos de dominación y discursos de resistencia sobre la juventud”, en *Pensar la comunicación*, Medellín, Sello Editorial Universidad de Medellín, pp. 197-226.
- (2006a, julio), “La juventud-signo. Entre los discursos de dominación y los discursos de resistencia de la juventud”, en *Unirevista*, vol. 1, núm. 3, pp. 20-35.
- (2006b, 15 de agosto), “Entrevista a *Lupa*. Mc-integrante del grupo Sociedad FB7”.
- (2006c, 7 de mayo), “Entrevista al *Paisa*. Mc-integrante del grupo Alianza Galatik”.
- (2006d, 21 de mayo), “Entrevista a *Medina*. Integrante del grupo de rap Sociedad FB7”.

- (2009), “Etnografías vitales: música e identidades juveniles. *Hip hop en Medellín*”, *Folios*, núms. 21, 22, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia, pp. 125-140.
- (2010, julio), “De organizaciones a colectivos juveniles. Panorama de la participación política juvenil”, *Última Década*, núm. 32 [en línea], pp. 61-84, disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/195/19502404.pdf>, recuperado: 18 de enero de 2011.
- Garcés, Á. y Medina, D. (2006), “Músicas de resistencia. El hip hop en Medellín”, *XII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social* (FELAFACS) [en línea], Pontificia Universidad Javeriana, disponible en <http://www.javeriana.edu.co/felafacs2006/mesa5/documents/angelagarcesydavidmedina.pdf>, recuperado: 25 de marzo de 2010.
- Garcés, Á.; Patiño, C., y Torres, J. J. (2008), *Juventud, investigación y saberes. Estado del arte de las investigaciones sobre la realidad juvenil en Medellín 2004-2006*. Medellín, Sello Editorial Universidad de Medellín.
- Higuaita, S. (2007), *Medellín del hip al hop* [trabajo de grado en Periodismo], Medellín, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia.
- Hobsbawn, E. (1995), *Historia del siglo XX*, Barcelona, Crítica-Grijalbo.
- Lupa compositor (2008), “Sueños amargos”. Interpretes: Medina, Roby D, Lupa y Junior Ruiz. Estudio de Grabación Sociedad FB7. Medellín.
- Martín-Barbero, J. (1998), “Jóvenes: des-orden cultural y palimpsestos de identidad”, en *Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Bogotá, Universidad Central, Siglo del Hombre.
- (2002), “Jóvenes: comunicación e identidad. Pensar Iberoamérica” [en línea], *Revista de Cultura*, núm. 1, <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ricoaoa03.htm>, recuperado: 15 de enero de 2011.
- Medina, D. (2008), *Movimientos de resistencia desde el hip hop de Medellín*, Medellín, Alcaldía de Medellín.
- Medina, D. y García, N. (2008, julio-diciembre), “Crew peligrosos un viaje para reconocer una práctica educativa juvenil”, *Revista Universidad de Medellín*, núm. 86, Universidad de Medellín. Pp. 31-42.
- Medina, D. et al. (2008), *Somos hip hop: una experiencia de resistencia cultural en Medellín* [trabajo de grado en Trabajo Social], Medellín, Universidad de Antioquia.
- Muñoz, A. M. (2008), *Ojos de asfalto* [trabajo social en Antropología], Medellín, Instituto de Estudios Regionales, Universidad de Antioquia.
- Muñoz, G. y Marín, M. (2002), *Secretos de mutantes*, Bogotá, Universidad Central, Siglo del Hombre Editores, DIUC.
- Muñoz, Germán. (2007). La comunicación en los mundos juveniles. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales Niñez y Juventud*, núm.5. pp. 35-47.
- Ortiz, C. (1991), “El sicariato en Medellín, entre la violencia política y el crimen organizado”, *Análisis Político*, núm. 14, pp. 60-73.
- Peláez, D. (2006), *El fracaso del mito del hombre: mujeres colombianas evidencian lo ilusorio del género en el hip hop* [trabajo de grado en Antropología], Bogotá, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de los Andes.
- Perea, C. (2008), *¿Qué nos une? Jóvenes, cultura y ciudadanía*, Bogotá, La Carreta Social.
- Perea, C. (1999) “Predicando mi mensaje. Testimonio rapero”. *Análisis Político*, núm 37. pp. 91 – 109.
- Pérez Islas, J. (1998), “Memoria y olvidos. Una revisión sobre el vínculo de los cultural y lo juvenil”, en *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá, Siglo del Hombre Editores, Departamento de Investigaciones de la Universidad Central, pp. 46-56.
- (2006), “Trazos para un mapa de la investigación sobre juventud en América Latina”, en *Papers*, pp. 115-170.
- Pérez, Mónica. (2007). Cartografías de lo público, una aproximación desde los estudios culturales: Esferas públicas Juveniles en la Comuna 13 de Medellín (Colombia). *Investigación y Desarrollo*, núm. 2. pp. 344-365.
- Portillo, M. (2004), “El papel de los nuevos medios

- en relación con las formas emergentes de participación ciudadana”, *Nómadas*, núm. 21, Universidad Central-IESCO, pp. 108-119.
- Quintero, F. (2005). “De jóvenes y juventud”, *Nómadas*, núm. 23 Bogotá, Universidad Central – IESCO, pp. 94-102.
- Reguillo, R. (1997, julio-diciembre), “Culturas juveniles producir la identidad: un mapa de interacciones”, *Jóvenes*, año 2, núm. 5, Causa Joven-CIEJ, pp. 12-31.
- (2000), *Emergencia de culturas juveniles: estrategias del desencanto*, Bogotá, Norma.
- (2001, septiembre-diciembre), “La gestión del futuro. Contextos y políticas de representación”, *Jóvenes*, núm. 15, Instituto Mexicano de Juventud.
- Riaño, P. (2000, septiembre-diciembre), “La memoria viva de las muertes. Lugares e identidades juveniles en Medellín”, *Análisis Político*, núm. 41.
- (2006), *Jóvenes, memoria y violencia en Medellín*, Medellín, Universidad de Antioquia.
- Rincón, O. (2006), *Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*, Barcelona, Gedisa.
- Rodríguez, C. (1994), *Disenso en el ámbito de lo simbólico: un análisis transcultural de medios ciudadanos* [tesis de doctorado de la Escuela de Telecomunicación], Ohio University.
- (2009), “De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término”, *Folios*, núms. 21, 22, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia, pp. 13-25.
- Rodríguez, E. (2003). Políticas Públicas de Juventud en América Latina: Empoderamiento de los jóvenes, enfoques integrados, gestión moderna, y perspectiva generacional. Seminario Internacional “Producción de información y Conocimiento para la Formulación e implementación de Políticas Públicas de Juventud”. Manizales: Universidad de Manizales. [en línea], Disponible en: [www.urbared.uns.edu.ar/textos/politicasdejuventud2.pdf](http://www.urbared.uns.edu.ar/textos/politicasdejuventud2.pdf). Recuperado: 20 de octubre de 2010.
- Román, M. J. (2009), “Mirar la mirada: para disfrutar el audiovisual alternativo y comunitario”, *Folios*, núms. 21, 22, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia, pp. 141-164.
- Roszak, T. (1970), *El nacimiento de una contracultura*, Barcelona, Cairós.
- Rueda, R. (2008), “De los tránsitos culturales y las metáforas en las era electrónica: una versión ‘beta’”, *Anagramas*, núm. 13, Editorial Universidad de Medellín.
- Salazar, A. (1998), “Violencias juveniles: ¿contraculturas o hegemonía de la cultura emergente?”, en Cubides, H.; Laverde, M. C., y Valderrama, C. (eds.), *Viviendo a toda: jóvenes territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Bogotá, Universidad Central-DIUC/Siglo del Hombre, pp. 110-128.
- (1990), *No nacimos pa’ semilla*, Bogotá, Cinep.
- Serrano, J. (1998), “La investigación sobre jóvenes. Estudio de (y desde) las culturas”, en Martín-Barbero, J., *Cultura, medios y sociedad*, Bogotá, Universidad Nacional.
- (2000), “Menos querer más de la vida. Cencepciones de vida y muerte en jóvenes urbanos”, en *Nómadas*, núm. 13, Universidad Central, DIUC, pp. 19-28.
- (2003), “Saber joven: miradas a la juventud bogotana 1990-2000”, en Serrano, J. (coord.), *Juventud. Estado del arte. Saber joven: miradas a la juventud bogotana, 1990-2000*, Bogotá, DAAC/DASB, Universidad Central, DIUC.
- Serrano, J. et al. (2009, abril), “Una experiencia de conocimiento situado: la línea de jóvenes y culturas juveniles del DIUC”, *Nómadas*, núm. 30, Universidad Central, pp. 118-131.
- Subterráneos* (2010a), “No nos callarán” [en línea], disponible en <http://www.subterranos.net>, recuperado: 30 marzo de 2010.



- (2010b), “Foro: por respeto a la diferencia y la libertad” [en línea], disponible en <http://www.subterranos.net>, recuperado: 30 de marzo de 2010.
- (2010c), “Declaraciones de paz de la cultura *hip hop*” [en línea], disponible en <http://www.subterranos.net>, recuperado: 15 de mayo 2010.
- (2010d), “Así es”, “Declaraciones de paz de la cultura *hip hop*” [en línea], disponible en <http://www.subterranos.net>, recuperado: 20 de mayo 2010.
- Valenzuela, J. M. (1997, enero-marzo), “Culturas juveniles. Identidades transitorias”, *Jóvenes*, vol. 1, núm. 3, Causa Joven-CIEJ, pp. 12-35.
- (1997a) *A la brava ESE. Identidades juveniles en México: Cholos, Punk y chavos banda*. Colegio de La Frontera, Tijuana – México.
- Valenzuela Arce, José Manuel. (2004) “Culturas identitarias juveniles”. En: *Tiempo de híbridos. Entre siglos jóvenes México – Cataluña*. Instituto Mexicano de Juventud.
- Vega, J. (2010), “TIC, subjetividad y cambio social: una mirada a partir de algunos casos colombianos”, en Pereira, J. y Cadavid, A., *Comunicación, desarrollo y cambio social* [en prensa], Bogotá, Cátedra UNESCO de Comunicación, Pontificia Universidad Javeriana, Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Vega, J. et al. (2010), *Pasolini en Medellín: apuntes para una etnografía visual sobre la periferia, cuatro años de experiencia con jóvenes realizadores* [en línea], ALAIC, Universidad del Norte, disponible en [http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Com\\_popular/ponencias/GT15\\_13PASOLINI.pdf](http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Com_popular/ponencias/GT15_13PASOLINI.pdf).
- Vega, J. y Pérez, M. (2010), “Memoria de organizaciones juveniles. Comunicación e identidades políticas. Estudio de caso del Colectivo Pasolini en Medellín”, en *Pensar la comunicación. Reflexiones y resultados de investigación*, Editorial Universidad de Medellín.
- Vega, J. y Bayuelo, S. (2008), “Ganándole terreno al miedo: cine y comunicación en Montes de María”, en Rodríguez, C. et al., *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*, Bogotá, Friederich Ebert Stiftung.
- Vega, J. y Escalante, K. (2007, julio-diciembre), “Organizaciones juveniles: ¿espacios de formación ciudadana?” *Signo y Pensamiento*, vol. xxvi, núm. 51, pp. 150-159.
- Vega, Jair. (2006). Estado del arte de los programas de prevención de la violencia en jóvenes, basado en el uso de los Medios de Comunicación. Pan American Health Organization (OMS), Cooperación Técnica Alemana-GTZ disponible en: [http://www.paho.org/spanish/ad/fch/ca/ca\\_comunicacion.violencia.pdf](http://www.paho.org/spanish/ad/fch/ca/ca_comunicacion.violencia.pdf). Recuperado: 14 de marzo de 2010.
- Vila, P. (2002), “Música e identidad. La capacidad interpeladora y narrativa de los sonidos”, *Cuadernos de Nación. Tomo: Músicas en transición*, Bogotá, Ministerio de Cultura.
- (1996). “Identidades narrativas y música. Una primera propuesta para entender sus relaciones”. *Transcultural de música*, núm. 2. Disponible en <http://www.sibetrans.com/trans/trans2/vila.htm>. Recuperado: 20 de marzo de 2010.



Serie **Filosofía Política y Filosofía del Derecho**  
**Biblioteca Universitaria de Ciencias Sociales y Humanidades**

*"Esta Biblioteca comprende cuanto pueda integrarse en el ámbito del conocimiento de la producción histórica de la sociedad, sus fundamentos, ideologías, normativas de memoria, conciencia y tradición; su creación estética y semiótica, la creación del lenguaje y su significación"*



**Edita y Distribuye**



**Librería Biblioteca Luis Ángel Arango** Calle 11 No. 4 – 14  
**Punto de venta y oficinas** Carrera 31 a No. 25 b – 50  
**Teléfono.** (57 – 1) 3377700 - [info@siglodelhombre.com](mailto:info@siglodelhombre.com)

**[www.siglodelhombre.com](http://www.siglodelhombre.com)**