



La Trama de la Comunicación

ISSN: 1668-5628

latramaunr@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario  
Argentina

Garcés Montoya, Angela; Medina Holguin, José David  
Músicas de Resistencia. Hip Hop en Medellín  
La Trama de la Comunicación, vol. 13, 2008, pp. 119-131  
Universidad Nacional de Rosario  
Rosario, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323927063008>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica  
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# Músicas de Resistencia

## Hip Hop en Medellín

Por Angela Garcés Montoya y José David Medina Holguin

---

Fac. de Com. - Univ. de Medellín - Colombia // Univ. de Antioquia

---

### SUMARIO:

El texto es una lectura descriptiva y reflexiva de la Cultura Hip Hop de la ciudad de Medellín, donde se indaga por el papel de los discursos de resistencia juvenil que logran los *hoppers* gracias a la apropiación de medios de comunicación como páginas web, revistas, estudios de grabación, c.d., conciertos. Dicha apropiación de medios de comunicación permite a la *Cultura Hip Hop* confrontar los discursos hegemónicos, especialmente los discursos publicitarios que consideran a la juventud como población inclinada al consumo irracional y compulsivo. El texto hace parte de la investigación Mediaciones musicales juveniles, financiado por la Universidad de Medellín.

### DESCRIPTORES:

Juventud, Músicas de Resistencia, Cultura Hip Hop, Consumo cultural, Reciclaje cultural

### SUMMARY:

This article is a descriptive and reflexive reading of the Hip Hop Culture in the city of Medellín, where we explore about the role of speeches resistance youth who manage the *hoppers* through the appropriation of media such as websites, magazines, studies recording, CD, concerts. Such ownership of media allows the Hip Hop Culture to confront the hegemonic discourses, especially those that consider advertising speeches to the youth population as inclined to irrational and compulsive consumption. The text is part of the investigation Mediaciones musicales juveniles, financiado por la Universidad de Medellín.

### DESCRIBERS:

Youth, Resistance music, Hip Hop Culture, Cultural consumption

#### PRESENTACIÓN:

El presente artículo fue escrito gracias a la confluencia de saberes y experiencias vitales que inesperadamente juntaron sus pensamientos y búsquedas, para ponerlos en cuestión y reconstrucción colectiva. Detrás de éste encuentro hay una perspectiva interdisciplinaria que trata de poner en común conceptos contruidos desde la antropología, el trabajo social, la comunicación, la música y los procesos investigativos.

Veremos cómo a través de la apropiación de medios de comunicación los/las jóvenes *hoppers* posicionan sus discursos de resistencia, donde se evidencia un alto grado de autogestión, participación y acción social alcanzado en el posicionamiento de espacios y propuestas *alternativas*. Afirmamos que las músicas de resistencia logran una “comunicación Otra” denominación de Raul Bendejú (1989: 154) dado que es 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”. La *comunicación Otra* difícilmente circulará en los medios masivos de comunicación, al tratarse de proyectos juveniles dotados de independencia y creación, como tal pensados desde las subjetividades e identidades juveniles.

#### 1. JUVENTUD Y CONSUMO CULTURAL

El mercado de consumo sabe reciclar e incorporar aquellas expresiones juveniles que han tratado de oponerse a él. Así, las industrias culturales fabrican estilos destinados específicamente a los/las jóvenes; estilos que circulan en los medios masivos de comunicación, realizando una labor de visibilización juvenil para el consumo.

Por ejemplo, hemos visto pasar la moda *hippie*, *punk*, *rap*, *skind*, *gótica*..., siendo reciclada una y otra vez de “estilos juveniles” contruidos a partir de signos

marcados en el vestuario, los accesorios, las marcas corporales.

Esa labor de de reciclaje cultural realizada por las industrias culturales, se evidencia al convertir los símbolos de las culturas juveniles en signos de consumo; así, los emblemas de resistencia, se transforman en marcas de los lenguajes publicitarios; en ese tránsito pasamos de las culturas juveniles de resistencia a los estilos juveniles caracterizados por la fragilidad, el cambio, el dinamismo y el nomadeo permanente. La resistencia se convierte en moda, en tanto los estilos juveniles exhiben el tan deseado *look juvenil* descargado de resistencia cultural. A lo largo de texto se corrobora cómo la Juventud plural<sup>1</sup> es manipulada por las industrias de consumo, que han entendido que no existe una sola forma de ser joven y por tanto re-hacen los estilos juveniles permanentemente, para ponerlos a circular en la lógica del mercado capitalista.

En la relación joven – consumo subyace una de las constituciones de la subjetividad juvenil, en tanto el deseo opera como una categoría sociocultural que produce *modalidades de subjetividad* (McLaren. 1977); por eso no podemos olvidar que la moda ofrece una imagen en permanente reconstrucción, y allí “el capitalismo engendra una dialéctica del deseo socialmente construida – una economía libidinal de tipos o clases- en la que se moviliza la fantasía para buscar un sustituto de la ‘ausencia’, es decir, para descubrir un objeto material que sustituya el objeto mítico que nos falta ‘en realidad’ y que sentimos que necesitamos para completar nuestra subjetividad”. (McLaren. 1997: 93)

Por eso las estrategias publicitarias basadas en *renovarse – seducir – diversificarse* son tan fuertes, en tanto juegan con la subjetividad juvenil, al inducirla a *parecer* siempre joven y con ello, gozar de una alta cotización en el mercado de los signos. Regidos por la lógica de la moda los y las jóvenes quedan sujetos al juego de las identidades para estar *super-play*, eso

significa “acceder al deseo de transformarse y enmascararse, de usar marca para obtener estatus, corriendo incluso el peligro de convertirse en máquina de consumo. Peligro siempre preferible a estar por fuera de la máquina social y del mercado de los deseos. La estética, entendida como fluctuaciones de gustos e imperativos de la sensibilidad se sobrepone a la ética argumentativa o a las utopías totalizantes de generaciones anteriores”. (Restrepo. 2000: 61)

En ese sentido, los estilos juveniles difundidos en las industrias culturales ponen a circular una noción de joven que crea la apariencia de inclusión social, pues a través de esos estilos de vida que gozan de una supuesta libertad identitaria, se basa la democratización de la economía, regidos por la lógica de la moda *todos caben* o mejor aún, supuestamente *todos están incluidos*, gran falacia de las industrias culturales que deja al margen una amplia población juvenil que no accede al consumo.

Es importante entonces que a la hora de pensar la relación joven – consumo se revise que no todos los grupos de jóvenes alcanzan a constituir un discurso de resistencia, pues quizás encontremos algunas expresiones juveniles, que aunque pretendan estar supuestamente en la periferia del mercado de consumo y pregonen los ideales de libertad, hedonismo, individualidad al fin sólo sean *culturas paródicas*; es una noción desarrollada por el antropólogo Manuel Delgado al reconocer agrupaciones que “imitan, involuntaria e inconscientemente, los lenguajes y paralenguajes en activo de la sociedad general, deformándolos y llevándolos su lógica a una irrisión por desmesura”. (Delgado. 1999: 120).

Son expresiones juveniles que más bien están “instaladas como firmamentos especulares en donde los valores de sociedad capitalista –hedonismo, egolatría, culto a lo superficial, consumismo, vanidad narcisista – se reproducen en clave de caricatura”. (Delgado. *Ibid.*)

## 2. MÚSICAS DE RESISTENCIA<sup>2</sup>

“Un sujeto no es nada sino es la creación que el protagoniza de un mundo en clausura relativa (...) Esta creación es siempre creación de una multiplicidad. Este hecho que no podemos más que encontrarnoslo delante y contrastarlo: no podemos ni producirlo ni deducirlo. Esta multiplicidad se despliega siempre de dos modos: al modo de lo simplemente diferente, como diferencia, repetición, multiplicidad ensídica (conjuntista-identitaria); y al modo de lo otro, como alteridad, emergencia, multiplicidad creativa, imaginaria o poética”.

Castoriadis

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 *Hip Hop* demuestran que la ciudad baila a otro ritmo. En este panorama musical urbano el *Hip Hop* se presenta como una de las diversas y complejas formas de agregación y organización juvenil, que desde el sentido popular juvenil resignifica y recrea la noción de tribus urbanas, contracultura y subculturas juveniles; esas categorías conceptuales han hecho presencia en la ciudad por varias décadas logrando permear las lecturas sobre los jóvenes y, al mismo tiempo, 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 musicales juveniles; cómo 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”. (Reguillo. 2001: 8).

Para pensar los discursos de resistencia juvenil es necesario hacer un recorrido entre los movimientos y expresiones juveniles, que tienen un contexto especialmente urbano en tanto cobran vigencia con los procesos de modernización e integración del país al mercado internacional que caracteriza los inicios del siglo XX. Proceso de modernización económica y social que envuelve “desarrollos desiguales” y “discontinuidades culturales”<sup>3</sup> a partir de las cuales los jóvenes expresan oposición, confrontación y movilización ante el discurso dominante (Martín Barbero, 1996. Reguillo, 2000. Margullis, 1998). Uno de los discursos de resistencia apropiado y resignificado por los y las jóvenes es el movimiento contracultural, según José Agustín contracultura:

“(...) es todo una serie de movimientos y expresiones culturales, regularmente juveniles, y colectivos, que rebasan, rechazan, se marginan, se enfrentan o trascienden la cultura institucional. Y por cultura institucional se da a entender a la cultura dominante, dirigida, heredada y con cambios para que nada cambie, muchas veces irracional, generalmente enajenante, deshumanizante, que consolida al status quo y obstruye, si no es que destruye, las posibilidades de una expresión auténtica entre jóvenes, además de que aceita la opresión, la represión y la explotación por parte de los que ejercen el poder, nacionales, centros financieros o individuos”.<sup>4</sup>

La contracultura sabe cuánto poder corrosivo logra el discurso dominante y por tanto su oposición se sitúa en la margen y trata de mantener y regular sus



Una mirada desde la 13. PASSOLLINI EN MEDELLÍN  
Rodaje de medimetro Trece de la trece.  
Directores Eric Baniz y John Jaime Sánchez  
habitantes de la comuna Mayo de 2004.  
Fotografía: Maria José Casasbuenas

propios medios de circulación, denominados *underground*. Será evidente que en los postulados del mundo *underground* se presente la resistencia a cualquier forma de comercialización de la cultura juvenil, pues el mercado aprovecha la espectacularización de las propuestas culturales para convertir los emblemas juveniles en mercancías. Este debate alimenta la oposición moda – consumo v.s. creatividad – autogestión que refuerzan las diferencias entre culturas juveniles autodenominadas *underground* y, las sujetas al consumo, denominadas los estilos juveniles. Esta oposición juvenil es abordada por Jesús Martín Barbero, así lo enuncia:

“La contracultura política apunta, de un lado, a la experiencia de desborde y des-ubicación que tanto el discurso como la acción política atraviesan entre los jóvenes. La política se sale de sus discursos y escenarios formales para reencontrarse en los de la cultura, desde el graffiti callejero a las estridencias del *rock*- Entre los jóvenes no hay territorios acotados

para la lucha o el debate políticos; se hacen desde el cuerpo o la escuela: erosionando la hegemonía de discursos racionalistas que oponen goce a trabajo, inteligencia a imaginación, oralidad a escritura, modernidad a tradición". (Martín-Barbero. 1998: 35)

Ante la fuerza del mercado capitalista para cooptar las propuestas creativas juveniles, los jóvenes tratan de mantener el dominio de su producción musical y por tanto de su circulación y consumo. Para ello realizan una fuerte labor de autogestión, que implica montar sus propios estudios de grabación, realizar sus producciones musicales y, para ello, tienen que distribuir roles en el grupo, como: gestor cultural, manager, especialistas en montaje, grabación, mezcla y masterización; incluye además diseñador gráfico, productor de vídeo y dinamizador de conciertos. Estos roles se asumen en el curso vital de la producción y creación musical, sin pasar por una educación formal profesional; por tanto prima la intuición y la experiencia elemental de los sujetos. Una vez ha salido la producción musical en forma de disco prensado, aparece la necesidad de su comercialización, para ello los grupos implementan la distribución, el plan de medios y los conciertos promocionales. Todo ello se teje en complicadas redes de autoreconocimiento y valoración de labor del grupo, que los lleva a vincularse con programas radiales y televisivos y, además, innovar con almacenes alternativos y agencias distribuidoras de música local.

Al indagar por la presencia del *hip hop* en la ciudad de Medellín se evidencia un *hip hop* creado por la industria cultural, aquel que circula en los vídeo clips cargado de imágenes de consumo, representadas en: ostentación de lujosos autos, prendas de marca, imágenes donde predominan los hombres rodeados de mujeres adornos. En nuestra exploración del mundo *hip hop* interesan más bien, aquellos grupos que hacen de su práctica artística un proyecto de vida, y tienen en común una procedencia popular, una situación gene-

racional y de género. Además, se trata de proyectos estéticos juveniles que exploran en la autogestión, la cooperación y la coproducción.

En la ciudad de Medellín, especialmente en los sectores populares encontramos colectivos juveniles que a través de la autogestión logran sacar a flote sus producciones musicales creativas. Se reconoce en especial la producción discográfica del punk y el hip



Colectivo Antimilitarismo Sonoro.  
Red Juvenil. Medellín

hop. El reporte que nos presente Medina – OXOC es significativo: "Yo calculo que en Medellín hay más o menos 100 grabaciones en c.d., todas independientes (entre 1997 – 2005), sin incluir una gran cantidad de demos, que no alcanzan una amplia circulación y distribución en la ciudad. Para esas grabaciones es posible visitar los estudios de grabación y comprobar que son contruidos con las uñas, pues cuentan con equipos semi-profesionales, adquiridos por el interés de los grupos, y les permite el acceso a las nuevas tecnologías, instalados en un espacio casero, que puede ser una alcoba de la casa, un sótano. Se trata de un

espacio cedido por la familia y recuperado por el grupo como su espacio vital para la producción y grabación musical".<sup>5</sup>

Identificar y valorar el *hip hop* en las llamadas *comunidades populares* tiene la intención de visibilizar esas expresiones otras que la industria cultural convierte fácilmente en mercancía. Veremos cómo las *culturas juveniles* confrontan a las *culturas paródicas*, oposición que ha sido ya presentada y nos recuerda la necesidad de diferenciar aquellas agregaciones juveniles dispuestas y ordenadas por y para el consumo, pues como *culturas paródicas* sus configuraciones simbólicas son el reflejo de los lenguajes y paralenguajes en activo en la sociedad general, aquella dispuesta al consumo, propia de las sociedades capitalistas, que deforman y llevan su lógica de consumo a una irrisión por desmesura.

Algunos grupos comienzan a incursionar en formas de trabajo colectivo en la modalidad de Red, como estrategia para fortalecer y posicionar las diversas propuestas musicales. Se trata de una autogestión más efectiva, pues involucra las diferentes propuestas urbanas que validan el trabajo cultural y político de los grupos *hoppers* con amplia trayectoria en la ciudad. Es el caso de la *Elite Hip hop*, propuesta de Red de los grupos *hoppers* de la Comuna 13; esa Red surge en el momento de mayor conflicto armado urbano, durante la Operación Orión y Mariscal ocurrida entre mayo y octubre del 2002, momento en que las fuerzas armadas oficiales irrumpen en la Comuna 13 para recuperar el territorio ocupado por la milicias urbanas.

Otra propuesta de Músicas de Resistencia urbana es *Antimili-Sonoro*, organizado por la Red Juvenil de Medellín<sup>6</sup>, espacio de concierto de músicas urbanas diversas, que reúne cada año la diversidad juvenil que se resiste a la cooptación institucional y por tanto, a la homogenización que realiza las industrias culturales. El *Antimilisonoro* "busca potenciar espacios de expresión para nuevas propuestas musicales en las

calles de Medellín, con el reconocimiento de la multiculturalidad como realidad posible. entre la bandas reunidas en la versión del 2007 estuvo presente: Todos Tus Muertos y Lumumba de Argentina, Generación Perdida del Perú, Skartel y Furibundo Serna de Bogotá y muchos grupos locales nos han acompañado. Black Ambassa (Reggae), Sensaciones Simples (Electrónico), Sociedad FB7 (Hip-Hop), Bellavista social Club (mestizaje electrónico) y otros, son bandas y sujetos que ponen el poder de convocatoria de su propuesta musical al servicio de un proyecto antimilitarista. La propuesta de Antimilitarismo Sonoro difunde otras formas de expresar inconformidad sin pasar por el visto bueno de quienes siempre les han marginado: disqueras, normas coercitivas, sistema. [www.redjuvenil.org](http://www.redjuvenil.org)

La propuesta central de *Antimili-Sonoro* es la objeción de conciencia referida a la NO participación en la guerra y la legitimación de las estructuras autoritarias que la sustentan. Para ello cuenta con espacios formativos donde se debate temas referidos a la Resistencia, No violencia, Antimilitarismo y Autogestión; se trabaja con un comité impulsor que dinamiza las propuestas y la gestión de los conciertos quienes en diez años han continuado con el legado de miles de jóvenes que se han resistido al servicio militar obligatorio, con comunidades de paz y zonas humanitarias que reivindican la vida y la libertad, con movimientos de derechos humanos, indígenas, con hombres y mujeres, blancos negros, mestizos que han contribuido por generaciones a hacer de este país y este planeta un lugar más justo para todos y todas.<sup>7</sup>

### 3. VIVIENDO LA RESISTENCIA

Para reconocer las diversas formas de resistencia presentes en la cultura *Hiphop* es necesario nombrarlas y develar sus posiciones éticas, estéticas y políticas que nos permitan trascender una visión de resistencia cifrada no sólo en la acción política ins-

crita en movimientos y organizaciones. Reconocemos diversas resistencias que abarcan la vida cotidiana e involucran los procesos de creación estética. Resistencias que van desde las posiciones individuales a propuestas grupales, expresadas en las líricas urbanas creadas en los colectivos musicales; son propuestas de resistencia cohesionadas a partir de:

- La resistencia a ser cooptados por las industrias culturales a través 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 la incorporación a los grupos armados, no al abandono de propuestas autónomas de carácter *underground*, no a los contratos con disqueras comerciales que desvirtúan las propuestas y producciones alternativas.
- Las resistencias expresadas en la denuncia al conflicto armado, a la guerra y 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 nivel de denuncia se verá como el *rapero o emece*<sup>8</sup> 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 esta se trasciende cuando el *rapero o emece* 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 tanto se asume una posición que se resiste al trabajo, al comercio y a la familia tradicional, todas ellas, entendidas como esquemas sociales que sólo admiten un único proyecto de vida cifrado en el slogan tradición – familia y propiedad.
- Las resistencias expresadas en decisiones autó-

nomas de los y las jóvenes sobre su cuerpo, atenuados y prácticas cotidianas diferenciadas. Estas resistencias permiten que los y las jóvenes desde decisiones individuales, que pasan por reflexiones y construcciones éticas, se relacionen con otros/as 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.

#### 4. MÚSICAS URBANAS E IDENTIDADES JUVENILES

Entre las diversas identidades narrativas de juveniles, reconocemos la fuerza de atracción identitaria que cumple el Hip Hop desde sus cuatro elementos constitutivos: *deejay*, *graffiti*, *break dance* y música en su versión *rap* o *mc*, cada uno de estos elementos y expresiones estéticas son recreadas desde el sonido, la letra, la pintura y la danza. En el Hip Hop los jóvenes asumen elecciones particulares y diferenciales que les permiten situarse en un contexto; el Hip Hop le ofrece al joven la posibilidad de construir maneras de ser y actuar en el mundo, además logra satisfacción psíquica y emocional, al ligar su deseo de “salir adelante” con el de visibilizarse en “la expresión de su verdad”.

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

cotidiana y su lugar en el universo social” (Perea, 1999: 98). El espacio juvenil de creación musical convertido en territorio propio, cumple varias funciones según los expresa el sociólogo Juan Carlos Molina,<sup>9</sup> y en relación con la cultura hip hop pueden expresarse bajo los siguientes sentidos:

- **Pertenencia:** La ciudad está poblada de lugares a los que el joven *hopper* pertenece; son puntos de referencia para el grupo, lugares de encuentro cotidiano y poblados de sentimientos de posesión y de seguridad.
- **Representación:** Lugares en los que el *hopper* se representa a sí mismo y a los demás; se presenta como miembro de un grupo, es similar a todos sus miembros y por tanto se diferencia de otros. Tras la representación aparece la exhibición, momento espectacular de la identidad.
- **Actuación:** El lugar contiene elementos lúdicos y existenciales del grupo. El cuerpo y el movimiento se apropian del espacio y lo convierten en el lugar de la actuación que también guarda el de representación. Veremos el sentido de los retos o competencia creativa propia del *hip hop*.

En la escena *hoppers* de Medellín es posible identificar otros elementos importantes en la constitución del territorio juvenil musical, ellos son:

- **Creación:** Son los lugares donde también fluyen los sentimientos, espacios sagrados dispuestos y habitados para la composición, allí se escuchan los *beats*, se hace el *Freestyle*, se escriben las líricas y se conversa sobre las producciones culturales de otros grupos y latitudes.
- **Participación:** Los lugares y tránsitos cotidianos donde las prácticas se reflexionan, recrean y orientan a proyectos comunes, posibilitando la expresión, el ámbito propositivo y el intercambio de ideas para

alcanzar las metas e ideales son escenarios donde se vive la política y lo político desde nuevos referentes y nociones de lo ético.

- **Gestión:** La Cultura Hip Hop desde sus 4 expresiones o elementos se convierte en una oportunidad que los y las *hoppers* desarrollan para canalizar las propuestas en tanto sueños – realizaciones. Se entiende entonces la gestión como el proceso que los y las *hoppers* adelantan para llevar a cabo sus iniciativas; este es un proceso interno grupal en tanto búsquedas y decisiones y se sustenta o apoya en vínculos y acercamientos a iniciativas externas que permiten proyectar las realizaciones grupales, son estos: proyectos gubernamentales, conciertos privados, iniciativas de medios de comunicación privados y préstamos o establecimiento de alianzas.
- **Autogestión:** La autogestión es entonces una práctica política y una opción ética cruzada por la autonomía, el deseo de ser independientes y la formación en valores: resultado de la experiencia del mismo grupo. Se concreta al distanciarse de las iniciativas homogeneizantes de la industria cultural o de la hegemonía política. Es la defensa y a la vez fortalecimiento del proyecto o iniciativa musical; es también la necesidad de sustentarlo y llevar a cabo las estrategias y actividades necesarias para la continuidad. La gestión y la autogestión requieren entonces de un sentimiento grupal, un grado de organización y conciencia de la práctica artística, enunciación de objetivos, metas y sueños, cierta planeación y evaluación de las actividades que el grupo desarrolla. Este nivel de organización no implica la institucionalización.

Estos siete elementos constituyen el territorio juvenil musical en tanto abarcan dimensiones materiales e inmateriales que tejen las identidades *hoppers*. Se entiende que la pertenencia, la actuación y la representación necesitan de un espacio físico para su exis-

tencia; mientras la creación, participación, gestión y autogestión son parte de los elementos intangibles, que a su vez son esenciales para la escena *hiphop* en la vida urbana de Medellín

Para el joven el *Hip Hop* alcanza a ser un proyecto de vida, posible en el proceso de construcción y afirmación de su identidad; se entiende entonces que el Hip Hop es mas que una moda, denominación peyorativa que ronda en los mass media y en los imaginarios sociales (tanto juveniles como adultos). Como bien lo enuncia Pablo Vila: "la música tiene una poderosa capacidad de interpelación, ya que trabaja con experiencias emocionales intensas, mucho más potentes que las procesadas por otras vertientes culturales (...) La música permite la ubicación cultural del individuo en lo social, así la música puede representar, simbolizar, y ofrecer la experiencia inmediata de una identidad colectiva" (Vila. 2002: 21).

La música es la fuerza creativa y generadora de las culturas juveniles, pues entre escuchar y hacer música, está en juego la capacidad creadora de cada joven y a la vez la vinculación y reconocimiento grupal. Así, ellos y ellas se vinculan al *Hip Hop*, más allá del gusto y la inclinación casual. La música hecha territorio musical juvenil opera la alteridad cifrada en un Nosotros / Otros. Se trata de un importante plexo cultural que le permite a "Los grupos – como los propios individuos que los conforman- evidenciar un conjunto de rasgos para considerarse distintos, es decir: su identidad. Estas proclamaciones recurrentes sobre la identidad contrastan con la fragilidad frecuente de todo lo que la soporta y la hace posible. Un grupo humano no se diferencia de los demás porque tenga unos rasgos culturales particulares, sino que adopta unos rasgos culturales singulares porque previamente ha optado por diferenciarse". (Delgado. 2002: 205). En las culturas juveniles se reconocerá entonces el papel central que cumple la música, entendida como una fuerza identitaria juvenil, elemento cultural que cumple con

las condiciones de reciprocidad (al compartir el gusto por la misma música) y la de co-presencia (confluir en los mismos territorios), condiciones indispensables para la construcción de una identidad colectiva.<sup>10</sup>

#### CONCLUSIONES

Las industrias culturales al considerar la juventud que se resiste, toma sus estilos, sus prácticas y relaciones grupales y las convierte en moda a través de los siguientes mecanismos (Brito, 1995).

1. Se apropia de los símbolos, los adopta, los comercializa y los produce en masa, logra así
2. La universalización del símbolo, a través del cual lo que era vínculo de identidad de un grupo marginado particular pierde todo valor distintivo, ya que pasa a ser de uso general; con lo que ocurre
3. Una inversión del significado del símbolo, al separarse del grupo marginado que lo creó, el símbolo niega su contenido.

Frente a ese proceso de "reciclaje cultural" los hoppers se reafirman en sus producciones musicales autónomas y autogestionadas, que potencien los procesos de pertenencia, representación, actuación realizados en sus procesos creativos musicales, así se resisten a los procesos de comercialización y consumo masivo; para ello, realizan la reapropiación y resignificación de los *territorios musicales juveniles*, labor esencial de creación y producción cultural que evidencia la búsqueda de la ciudadanía cultural, al recordarnos que: "La ciudad está segmentada por adscripciones étnicas, cada una de las cuales puede reclamar su derecho a utilizar el espacio público para exhibir sus marcajes y vivir aquello que Víctor Turner llamaba *la experiencia de la comunas*. (...) Se trata de dramatización de la singularidad cultural que le sirve a las minorías, al mismo tiempo, brindar un espectáculo al resto de la ciudadanía y marcar simbólicamente la

zona urbana sobre la que inscriben su itinerario" (Delgado.2002: 193).

Se reitera la importancia de los encuentros y reconocimientos de las diferentes identidades juveniles, en tanto "las identidades sólo existen en la medida en que se construyen diferenciaciones subjetivas con otros grupos o individuos, de las cuales se deriva la importancia de las otredades o alteridades como referentes claros para la identificación". (Valenzuela. 1998: 32) De ahí la relevancia de las *músicas de resistencia* presentes y visibles en el espacio público, pues su presencia nos reitera el encuentro con la alteridad, como buena expresión de una cultura que se constituye en la diferencia, y que gracias a esa confrontación permanente posibilita la acción de sentido, y con ello las identidades se reconstruyen y recrean. La alteridad es el mejor mecanismo de producción simbólica, se da siempre frente a *Otro*, y la *cultura hip hop* sabe renovar la a través de esa *comunicación Otra*, vigente en los renovados medios de comunicación, como:

• *Estudios de grabación:* Los grupos de hip hop logran



Disco "En medio de la guerra". Grupo: Sociedad  
FB7. 2004

contar con estudios de grabación caseros, donde

produce su música (autónoma y autogestionada); se trata de un espacio donde convergen múltiples grupos por zonas, a través de una red de confianza donde se consolidan los estilos y las propuesta ideológicas. Los discos son grabados, prensados y distribuidos de forma autogestionada, no les interesa la intervención de grandes disqueras o *managers* que pongan en duda su estilo y su propuesta. El reporte de discos de hip hop grabados de forma autogestionada entre 1997 – 2005 es de 111 discos, con un promedio de 15 a 20 discos por año.



• *Creación de propuestas comunicativas:* aunque son pocas, se mantienen y logran sostenibilidad y protagonismo. Se destacan, por ejemplo. "Subterráneos", una de los pocos portales especializados en Colombia y Sur América, portal que le permite a los grupos y procesos relacionados con el *hip hop* proyectarse



Mc K-no promocionando "En honor a mi Lenguaje" en Musinet. Grabado en el Centro de Producción de la Universidad de Medellín. Junio de 2005.  
Fotografía: Maria José Casasbuenas

y constituir redes. En los medios impresos tiene vigencia la Revista Doxa, publicación autogestionada que cuenta con 6 ediciones. A su vez la comunicación virtual viene cobrando fuerza a través de las páginas web y los blog.

- Algunos programas especializados para televisión vienen haciendo presencia en la ciudad: Black Music, es un magacín que no logra aún proyectar el *hip hop* local, precisamente esta ha sido la principal dificultad o carencia de los medios de comunicación que han tratado de acoger el *hip hop*, prefieren seguir sonando la música extranjera, desaprovechando las propuestas locales, con la consecuencia de mantener marginado el *hip hop* local y lejano a otros públicos.

#### NOTAS

1. La Juventud Plural abarca la diversidad y complejidad de las expresiones culturales juveniles, en tanto la juventud no puede reducirse a una noción cerrada y uniforme. Concepto desarrollado en la investigación "Culturas juveniles contemporáneas. Una aproximación antropológica. Ver el artículo Garcés Montoya, Angela. "Nos-Otros los jóvenes. Pistas para su reconocimiento. En: Revista Escribanía. No 13. Universidad de Manizales, julio – diciembre de 2004). pp. 30 – 42

2. Las propuestas que se presentan a continuación hacen parte de la investigación *Mediaciones musicales juveniles*. Equipo de Investigación: Investigadora Principal Ángela Garcés Montoya, Auxiliares de Investigación: Andrés López, Verónica Reyes, Alejandro Orrego Santamaría, Alejandra Jaramillo. Investigación desarrollada en el programa de Comunicación Gráfica Publicitaria, Facultad de Comunicación con el apoyo de la Vicerrectoría de Investigación– Universidad de Medellín (Colombia).

3. Cfr.: MARTÍN-BARBERO, Jesús. "Comunicación y ciudad: sensibilidades, paradigmas, escenarios". En: GIRALDO, Fabio (Compilador). *Pensar la ciudad*. TM Editores, Bogotá, 1996.

4. Citado por ZARZURI CORTES, Raúl. "La contracultura". Ponencia que se enmarca dentro de una perspectiva que busca comprender las tensiones de sentido que atraviesan los mundos juveniles actuales a partir de la intervención de una lengua heteróclita, cuya estrategia se inscribe en una ruptura con los discursos tradicionales. E-mail: raulzarzuri@unete.com

5. Entrevista a Medina – OXOC. Medellín. Diciembre 14 de 2003.

6. La Red nace a finales de los 80 en un contexto de violencia generalizada, siendo el narcotráfico una de las principales "causas" y los y las jóvenes sus potenciales víctimas, aunque considerados como victimarios. Todo esto ligado a una profunda crisis social y política, donde la falta de oportunidades como la educación, el empleo y el ingreso obligado a los diferentes ejércitos que alimentan la guerra en nuestro país han convertido a la juventud en su protagonista. Bajo este contexto nació la Red Juvenil con el fin de cohesionar propuestas comunes de movilización, expresión y reclamo de derechos, hemos querido revertir la visión que se ha tenido de nosotr@s como sector social y tener la posibilidad de visibilizarnos como una juventud más protagonista, crítico y prepositiva frente a los problemas colombianos; además de aportar a la conformación de un Movimiento Social Juvenil capaz de asumir el ejercicio cotidiano de sus propios derechos. Aunque esta situación ha cambiado en lo relacionado con el narcotráfico, persiste y aún más profunda, la crisis social y política de Colombia. ([www.redjuvenil.org](http://www.redjuvenil.org))

7. Para reconocer la complejidad de la propuesta Antimili-Sonoro, visitar la página [www.redjuvenil.org/antimilisonoro](http://www.redjuvenil.org/antimilisonoro)

8. Se entiende por Rap la música que se desprende de la Cul-

tura 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. 9. Cfr. MOLINA, Juan Carlos. *Juventud y tribus urbanas*. Universidad Arcis (Chile). [www.cintefor.org.uy](http://www.cintefor.org.uy)

10. La relación cultura juvenil – estética – ética tiene un amplio desarrollo en el libro de MARIN, Marta y Germán Muñoz. *Secretos de mutantes. Música y creación en las Culturas Juveniles*. Siglo del Hombre Editores, DIUC – Universidad Central, Bogotá. 2002.

#### BIBLIOGRAFÍA

- BENDEZÚ, Raúl. "Aproximación semiótica al discurso de la comunicación alternativa" en *Revista Contratexto*. No. 4. Perú, 1989 pp. 150 – 167.
- BRITO, Luis. *El imperio contracultural: del rock a estrategias de desencanto*. Norma, Bogotá. 1995
- CASTORIADIS, Cornelius. "Tiempo y creación". *Revista Antropos*. No. 198. Aula Tercer Milenio, Barcelona. 2003.
- DELGADO, Manuel. *Disoluciones Urbanas*. Universidad Nacional de Colombia, Colección Estética Expandida. Editorial Universidad de Antioquia. Medellín. 2002
- DELGADO, Manuel. *Ciudad líquida, ciudad interrumpida*. Serie Estética Expandida. Editorial Universidad de Antioquia y Facultad de Ciencias Humanas y Económicas de la Universidad Naciones. Medellín. 1999.
- GARCÉS MONTOYA, Angela. "Nos-Otros los jóvenes. Pistas para su reconocimiento" en *Revista Escribanía*. No 13. Universidad de Manizales, Colombia. Julio – diciembre. 2004 pp. 30 – 42.
- McLAREN, Peter. *Pedagogía crítica y cultura depredadora. Políticas de oposición en la era posmoderna*. Paidós. Barcelona, 1997
- MARGULLIS, Mario y URRESTI, Marcelo. "La construcción social de la condición de juventud" en *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Fundación Universidad Central y Siglo del Hombre Editores. Bogotá, 1998.
- MARIN, Marta y MUÑOZ, Germán. *Secretos de mutantes. Música y creación en las Culturas Juveniles*. Siglo del Hombre Editores, DIUC – Universidad Central, Bogotá. 2002.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. "Jóvenes: des-orden cultural

y palimpsestos de identidad" en *Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Universidad Central, Siglo del Hombre Editores. Bogotá. 1998.

- MARTÍN-BARBERO, Jesús (Coordinador). "Colombia: ausencia de relato y desubicación de lo nacional". en *Cuadernos de Nación. Tomo: Imaginarios de nación. Pensar en medio de la tormenta*. Ministerio de Cultura. Bogotá. 2002.
- PEREA. "Predicando mi mensaje. Testimonio rapero" en *Revista de Análisis Político* No. 37. Mayo – agosto (91 – 109). 1999
- REGUILLO CRUZ, Rossana. *Emergencia de Culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Norma., Bogotá, 2000.
- REGUILLO CRUZ, Rossana. "La gestión del futuro. Contextos y políticas de representación" en *Revista JOVENes* No. 15, septiembre.- diciembre 2001. pp. 6- 25
- RESTREPO, Luis Carlos. "Ritmos y consumos" en *Umbralles. Cambios culturales, desafíos nacionales y juventud*. Corporación Región, Editorial Pregón. Medellín. 2000.
- VALENZUELA, José Manuel. *El color de las sombras. Chicanos, identidad y racismo*. Colegio de la Frontera. México, 1998.
- VILA, Pablo. "Música e identidad. La capacidad interpeladora y narrativa de los sonidos" en *Cuadernos de nación. Tomo: Músicas en transición*. Ministerio de Cultura. Bogotá. 2002.

#### Registro Bibliográfico

GARCÉS MONTOYA, Angela y MEDINA HOLGUIN, José D. "Músicas de Resistencia, Hip Hop en Medellín" en *La Trama de la Comunicación, Volumen 13, Anuario del Departamento de Comunicación*. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, 2008.